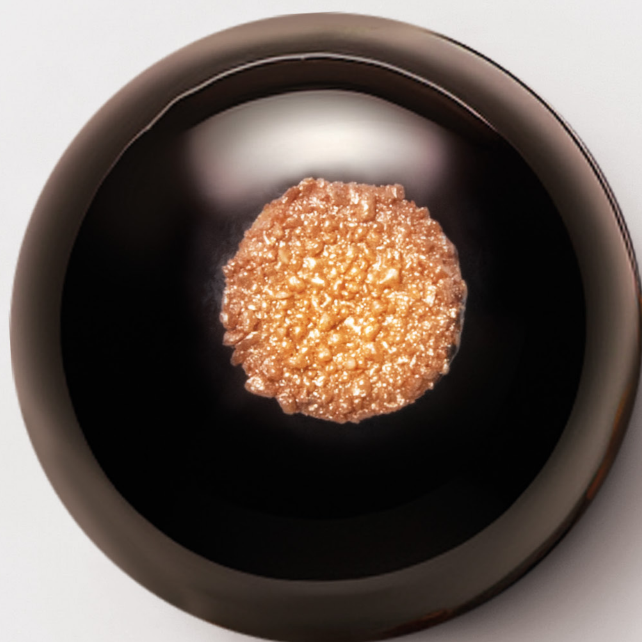
DIGITAL EDITION

OTTOBRE 2023 · ANNO XXXVII · N. 312

Italia a Tavola

CARNE

Tutti i segreti per sceglierla, cuocerla, salarla e ordinarla



il direttore

Alberto Lupini



Salario minimo per bar e ristoranti?

Servono più controlli, non nuove leggi

Ancor più dello sterile e polemico dibattito estivo fra i partiti, il tema sul salario minimo sembra diventato di stretta attualità con il caso modenese del giovane cameriere in prova per 6 ore in un ristorante, con annesse discussioni su quanto si doveva pagare per quel test. Si tratta di una questione che, come troppo spesso avviene in Italia, è stata strumentalizzata senza avere molti riscontri nella realtà. Per quanto riguarda il salario minimo le proposte attualmente in campo indicano 9 euro per ora. Dando per accettabile questo valore, il che non è detto, bisognerebbe capire cosa avviene nella realtà del mercato del lavoro.

Uno studio dell'Università di Modena indica che solo i lavoratori all'ultimo livello, il settimo, avrebbero una retribuzione oraria sotto la soglia dei 9 euro, precisamente di 8,77 euro. La Fondazione Consulenti del Lavoro ha però rettificato l'importo, alzandolo, perchè col contratto applicato dai pubblici esercizi la retribuzione oraria del settimo livello sarebbe di 9,40 euro, considerando mensilità aggiuntive e TFR come retribuzione differita.

Quanto visto finora vale ovviamente se si considera il contratto Fipe-ConfCommercio e, soprattutto, se i contratti sono applicati regolarmente. Al di là del lavoro nero c'è infatti una larga fetta di occupati (633mila i lavoratori, il 23,2% dei contrattualizzati) che secondo l'Istat hanno una retribuzione oraria inferiore a 9 euro. Un dato eclatante che richiede una qualche spiegazione. E qui ci vengono in aiuto Andrea Chiriatti e Luciano Sbraga, responsabili rispettivamente delle Relazioni Sindacali e dell'Ufficio Studi della Fipe, secondo i quali «due sono le ragioni. La prima riguarda l'applicazione non rigorosa delle prescrizioni contrattuali; la seconda, più rilevante, deriva dal problema della cosiddetta contrattazione pirata. Si tratta, infatti, dei 31 contratti di categoria depositati presso il CNEL, che vengono applicati nel settore e che si fondano sul principio della sottrazione, che toglie diritti ai lavoratori, valori al lavoro, produce concorrenza sleale e alimenta la ricerca di scorciatoie come quella del salario minimo per legge». In pratica sigle imprenditoriali senza rappresentatività siglano contratti di fatto illegali che, anche se riguardano poche imprese, sommati fra loro diventano una percentuale rilevante.

«Basterebbe che l'INPS misurasse "l'affidabilità" retributiva delle imprese - dicono i dirigenti Fipe - sulla base di parametri già esistenti e da qui pianificasse una vera azione di controllo per salvaguardare la legalità e soprattutto il rispetto del principio di buona concorrenza tra le imprese, anche a garanzia dei diritti dei lavoratori».

Già oggi il contratto più utilizzato nei pubblici esercizi (quello Fipe ConfCommercio) garantisce ai livelli più bassi minimi superiori ai 9 euro l'ora. Il dibattito politico non tiene conto del mercato del lavoro. Altri contratti "pirata" (per il 23% dei dipendenti dell'Horeca) sono illegali perchè non rispettano questo importo, ma l'Inps non sembra controlllare

Per i tuoi commenti cerca il codice 99667 su www.italiaatavola.net

In copertina



Rinnovarsi per rimanere sempre al passo coi tempi. La nuova collezione 2023, in scena ad Host dal 13 al 17 ottobre alla fiera di Rho, riassume in dieci prodotti questo approccio che ha sempre contraddistinto l'azienda

Sommario



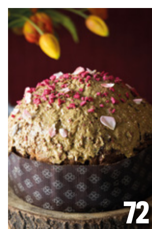




















CERCA GLI APPROFONDIMENTI SU WWW.ITALIAATAVOLA.NET

Questo simbolo in coda a un articolo indica che sul quotidiano online www.italiaatavola.net ci sono versioni più ampie del testo, approfondimenti o gallery fotografiche consultabili inserendo nel campo cerca per codice o parola chiave il numero che lo affianca.

Questo simbolo indica che c'è un video

Rocco Pozzulo
Presidente Nazionale Fic

Giochiamo ad armi pari

Notizia recente: il colosso cinese Evergrande si trova in difficoltà finanziaria per il crollo delle vendite degli immobili. I gruppo è in crisi dal 2021 e da allora ha accumulato 300 miliardi di debiti, più di qualunque altra azienda al mondo. Ora ha presentato istanza di fallimento negli Stati Uniti perché non riesce a pagare i suoi debiti, innescando immediatamente il crollo delle sue azioni su tutte le Borse mondiali. Situazione che fa tremare banche e investitori, non solo di Cina e continente asiatico, ma di tutto il pianeta. Non commento la questione, in quanto non esperto di finanza, ma il contesto mi fa pensare a quelle congiunture di mercato che la nostra ristorazione è venuta a trovarsi alla prima invasione di ristoranti cinesi di oltre un decennio di anni fa.



I prezzi bassissimi di vendita dei loro menù, hanno subito innescato sul nostro mercato una "escaltion" di chiusure di attività italiane, già in grossa difficoltà per uno stato di crisi economica globale. I cinesi sono da sempre grandi lavoratori, con famiglie coese alle spalle e un network di contatti molto efficiente, dove marito, moglie, sorella, fratello, madre e padre lavorano incessantemente sette giorni su sette, cosa impensabile per la manovalanza italiana. Altro malaffare delle allora gestioni cinesi, é che non pagavano le dovute tasse dei profitti, per poi "sparire" nel nulla. Cosa oggi quasi del tutto debellata, grazie anche ai controlli da parte delle nostre autorità preposte, e al senso civico e responsabile, nonché di integrazione di gran parte delle comunità cinesi sorte in Italia.

I ristoranti del Dragone in Italia sono 20 mila, secondo un censimento del 2020 , di cui 1500 solo a Milano e poco meno di 800 a Roma, comunque dopo un fisiologico e nuovo assestamento del mercato ristorativo, specie dopo Covid, l'indotto cinese ha subito un calo di un quinto di profitti. È vero, ci sono locali cinesi scadenti, ma altri di grande qualità, così come capita in tutte le tipologie di attività ristorative , dalla classica pizzeria al più sofisticato giapponese, ed è per questo che esiste la concorrenza e il mercato libero, con una possibilità di scelta da parte dei cosiddetti "consumatori" sempre più attenti e consapevoli.

Per i tuoi commenti cerca il codice 99552 su www.italiaatavola.net



Enrico Derflingher

Presidente Euro-Toques International e Italia



Educazione alimentare? Fin dalla scuola primaria

Con l'inaugurazione, il mese scorso, dell'anno scolastico è tornato a galla un pensiero che Euro-Toques sta coccolando da tempo. Il tema è sempre quello dell'educazione alimentare, un punto fermo per edificare un futuro più consapevole, nel senso più compiuto del termine, per tutti. Soprattutto per le generazioni che verranno. È da tempo che ci battiamo per promuovere l'educazione gastronomica per invogliare i consumatori verso un'alimentazione equilibrata, che significa anche una lotta senza quartiere contro gli sprechi.

Ma allora, tornando all'anno scolastico, perché non iniziare subito, con i bambini? L'educazione alimentare potrebbe diventare una materia scolastica, un'ora alla settimana. Quella alimentare, se ben guardiamo, ha anche notevoli analogie con lo stato di forma e si rivela un ulteriore supporto al contrasto ad un rapporto con il cibo senza regole, sia in eccesso che per difetto. Il nostro progetto nel cassetto, che peraltro stiamo portando avanti in Europa, nel nostro Paese si potrebbe sviluppare fin dalla prima infanzia, spiegando ai bambini cosa e come si mangia, gli alimenti, i loro abbinamenti più salutari e quelli da evitare.



Si porterebbero avanti in questo modo più fronti, a partire dal benessere fisico, figlio di una corretta nutrizione, fino alla conoscenza e allo sviluppo delle filiere: una spinta all'economia che verrebbe dai bambini! Come docenti si potrebbero alternare i cuochi, che donerebbero la loro cultura e le esperienze professionali ai bambini, che magari nel futuro potrebbero essere attratti da questo mondo. Basta incominciare a seminare. Al di là delle proiezioni, immaginiamo lezioni non solo teoriche, ma anche pratiche, giocose e gioiose.

Questi bambini diventeranno madri e padri e a loro volta trasmetteranno valori e daranno il loro contributo allo sviluppo di una società migliore e più sana, nel fisico come nella mente.

Per i tuoi commenti cerca il codice 99560 su www.italiaatavola.net

tutta la pizza del mondo







novità

La Napoletana di Molino Grassi è una farina con germe di grano studiata per le esigenze della tradizione partenopea, disponibile in due versioni: **Napoletana Midi**, adatta a corte/medie lievitazioni e impasti diretti; **Napoletana Extra**, adatta a medie/lunghe lievitazioni e impasti indiretti.

La Romana di Molino Grassi è una miscela per pinsa, pizza alla pala, in teglia e padellino, ricca di fibre, con germe di grano e farina di riso per accentuare la croccantezza e leggerezza della pizza. Disponibile in doppia versione: **Romana**, con meno fibre per impasti dalla colorazione chiara, e **Romana Rustica**, dai toni più ambrati per esaltare il valore, il gusto e i sapori di una volta.

per una pizza eccezionale,
sempre e ovunque:

www.molinograssi.it





Matteo Cutolo

Presidente Fipgc



La competizione promuove la crescita

Con l'edizione 2023 di Host, la fiera internazionale dedicata al mondo della ristorazione e dell'accoglienza, dopo quattro anni tornano a Milano i campionati del mondo di pasticceria. Sono ben tre: il World Pastry Championship, il World Trophy of Professional Tiramisù e il World Cake Design Championship.

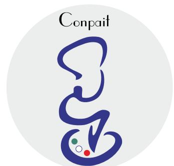
La Fipgc (Federazione Italiana Pasticceria, Gelateria e Cioccolateria) ospita oltre 100 concorrenti da tutto il mondo. Squadre blasonate come Cina, Giappone e, per la prima volta la Malesia, ma anche Marocco, Mali, Bolivia, Perù, Brasile e Usa. Dall'Europa immancabili le delegazioni di Francia, Belgio e Polonia. A Milano sfilano campioni da ogni latitudine. E il termine campioni non è utilizzato a caso: le competizioni internazionali sono selettive, si vola alto. Per arrivare a questi livelli bisogna lavorare con impegno e costanza. Il che significa partecipare, anche e soprattutto, alle gare nazionali, che si rivelano un vero e proprio trampolino di lancio. Una palestra interna per affinare la tecnica ed elaborare strategie di gara.

Mi preme pertanto ricordare che è appena stato pubblicato il bando per partecipare al Campionato italiano di pasticceria e cake design che si svolgerà a Carrara il prossimo mese di marzo. Queste indicazioni non sono un esercizio di stile, ma un punto fermo per noi. La Federazione promuove infatti la crescita professionale non solo tramite la formazione, ma anche attraverso la partecipazione ai concorsi. La ricaduta positiva nel lavoro quotidiano è infatti di grande rilievo. Il confronto con i colleghi, lo scambio di esperienze, la tensione della gara sono una potente spinta verso l'evoluzione.



Anche solo guardare chi partecipa diventa uno stimolo a migliorarsi; si possono "rubare" movimenti, tecniche, modalità di esecuzione o di trattare le materie prime. Uscire dal laboratorio per guardarsi intorno e, perché no, mettersi alla prova è un esercizio utile e salutare, che libera per un momento dal torpore della routine e favorisce lo sviluppo di nuove proposte e idee innovative. Un terreno fertile per coltivare la propria creatività.

Per i tuoi commenti cerca il codice 99671 su www.italiaatavola.net



Angelo Musolino

Presidente Conpait



Il pasticcere oggi deve partecipare più attivamente alle iniziative locali



Da qualche anno il ruolo del pasticcere si è profondamente trasformato. Non si sta più solo - ed esclusivamente - nei propri laboratori e tra le vetrine delle proprie attività. Rimane certamente la priorità di ogni collega, senza alcun dubbio. Tra food cost e nuove idee dolci. Ma, ormai, il pasticcere è divenuto anche un professionista di settore che vuole- ed ha deciso - di partecipare attivamente alle iniziative, ritenute lodevoli, del territorio. Conpait pensa che la chiave per crescere ed aggiornarsi sia proprio quella di promuovere il territorio e le sue eccellenze. Quale migliore modo dunque se non partecipare direttamente?

Con tutti i colleghi della Confederazione abbiamo condiviso un maggiore attivismo dell'intera categoria, partecipando ed in alcuni casi anche organizzando le diverse fiere in Italia. Così come alcune feste regionali e, non per ultimo, le partnership con i diversi Consorzi di tutela del Paese. Da Nord a Sud, da tempo ormai, i pasticceri sono al centro degli eventi e fulcro delle diverse organizzazioni. Un modo di operare che ha consentito, da una parte, una conoscenza maggiore della nostra professione. Dall'altra parte l'opportunità di condivisione e di crescita, accomunata agli altri settori e con le altre categorie.

Negli ultimi anni la partecipazione al Sigep di Rimini ad esempio non è stata una semplice passerella comunicativa. Ma abbiamo intrapreso, insieme a chi organizza la principale fiera di settore, un percorso virtuoso e collaborativo. Con sempre maggiori spazi per noi e responsabilità di gestione per alcuni comparti e giorni. Stesso discorso con tutte le occasioni che puntualmente arrivano dai territori locali. I pasticceri vengono coinvolti e richieste loro proposizioni, idee, decisioni. Con alcuni Consorzi di tutela della frutta, altro esempio, Conpait ha stretto accordi di proficuo scambio tra le parti. Con l'utilizzo dei loro prodotti dop e igp miscelati alla nostra esperienza e capacità di vendita. Non si può pensare più di essere relegati sono nelle botteghe di un tempo. La pasticceria è cambiata ed il nostro ruolo deve necessariamente seguire lo stesso processo. Ribadiamo: per crescere ulteriormente, per aggiornarsi costantemente, per confrontarsi e per una riconoscibilità maggiore che è già, nei fatti, compiuta.

Musolino Angelo

Per i tuoi commenti cerca il codice 99567 su www.italiaatavola.net



Francesco Guidugli
Presidente Solidus



L'overtourism è un falso problema

Uno spettro si aggira per il pianeta, si chiama overtourism. Spaventa le amministrazioni locali, che non sanno come far fronte alle orde di turisti invasati che invadono le città d'arte, spaventa i Governi che non sanno distinguere tra le orde di immigrati illegali e quelli che arrivano con i voli low cost, spaventa i residenti che non trovano più posto nei parcheggi, sono costretti a fare la fila nei negozi, sono costretti a recuperare i turisti che si sono spinti in montagna sui sentieri più impervi con le infradito o sono stati catturati dal maestrale mentre pagaiavano al largo ignari su fragili gommoni rischiando di finire alla deriva.

È come la sindrome del dito che punta la luna. Tutti guardano il dito, pochi la luna. L'overtourism è un falso problema. Il vero problema è la capacità di governare di chi teoricamente è stato eletto per governare ma poi si è perso davanti ai problemi complessi e articolati. Governare significa acquisire i valori della civiltà dell'accoglienza e dell'ospitalità e poi trasformarla in progetti e realizzazioni.

Negli anni settanta in Italia sulle strade morivano ogni anno oltre 6mila persone. Oggi, a fronte di un traffico motorizzato che è triplicato in quantità, i morti sono la metà. Che cosa è accaduto? È stato introdotto l'asfalto drenante, sono stati installati i sistemi di controllo dell'eccesso della velocità, sono stati posizionati i jersey, dispositivi di sicurezza modulare di calcestruzzo o plastica, per delimitare le corsie centrali che di fatto hanno annullato il rischio degli scontri frontali. In altre parole, la sicurezza attiva e passiva degli automobilisti è stata incrementata in maniera significativa grazie a scelte politiche drastiche quanto utili.

Se applicheremo gli stessi criteri all'over tourism, il problema verrà contenuto e forse perfino superato. Le città d'arte, come le destinazioni turistiche nel loro complesso, sono luoghi delimitati territorialmente e come tali gestibili. Chi non prenota, se non è residente, non potrà accedere a Firenze, come a Venezia, come a Cortina d'Ampezzo. Verificarlo, con tutta l'informatica diffusa che esiste, per esempio tramite la tecnologia delle smart road e delle smart mobility, sarà uno scherzo da ragazzi. Non è dittatura, è civiltà, è rispetto dei diritti dei residenti, come degli ospiti in visita.

Il futuro, come è accaduto sulle autostrade, è affidato a una progettazione che innanzitutto garantisca la sicurezza attiva e passiva, degli automobilisti nel primo caso, degli ospiti nel turismo, e poi garantisca una fruizione informata, interessante, divertente dei luoghi e dei prodotti offerti. Si chiama civiltà della logistica, oltre che della progettazione. Il vero problema è porre il turismo al centro della nostra cultura. Per l'Italia è il presente oltre che il futuro.

F. Guidugli



Per i tuoi commenti cerca il codice 99655 su www.italiaatavola.net



Antonio Rotondaro
Vicepresidente Amira





È tempo di pensare all'accoglienza dell'ospite diversamente abile

Troppi ristoratori italiani non hanno ancora affrontato la questione degli ospiti disabili e quindi prendiamo in esame questa tipologia di clientela che rappresenta, solo in Italia, una quota di clienti potenziali estremamente interessante. Ancor prima di valutare i servizi che bisogna offrire loro, occorre comportarsi con la massima naturalezza e semplicità in modo che l'ospite si senta come a casa sua e, soprattutto, che venga riconosciuto come ospite e non come disabile.

Per accogliere al meglio questi ospiti occorre avere alcune accortezze: in primo luogo, e` fondamentale far sì che questi ospiti trovino un ambiente a loro familiare e con personale disponibile. Mai avere atteggiamenti curiosi o fare domande indelicate; per il servizio meglio scegliere sempre il cameriere più sensibile alla tematica, il più sorridente, quello che non e` curioso ne´ invadente. Occorre infatti tenere sempre presente che si tratta di un cliente come tutti gli altri. Mai trattarli come persone diverse e se non possono mangiare alcune cose certamente ci avvisano loro, come fanno tutti i clienti che sono allergici o semplicemente vogliono evitare alcuni ingredienti. Il dialogo, come l'atteggiamento con loro deve essere assolutamente normale. Non bisogna dimenticare che la disabilita` porta questi ospiti a essere limitati in alcuni movimenti.

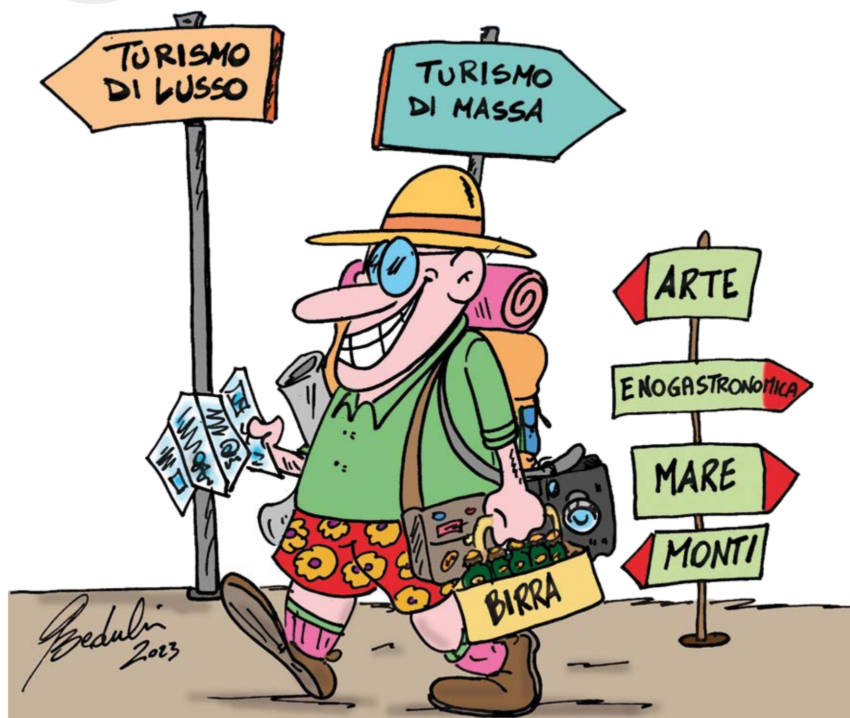
Va sempre tenuto a mente che non sono solo gli accorgimenti "tecnici" a far sì che questo cliente speciale decida di privilegiare un ristorante a un altro. Ciò che fa la differenza e`, come sempre, la capacita` empatica delle risorse umane impiegate al ristorante e i servizi. Qualche attenzione in più, se si propone il servizio a buffet, sarebbe necessario. Ad esempio, dedicare un cameriere all'ospite disabile nel caso lui stesso chieda di essere servito. Sentendosi coccolato, sarà anche stimolato a tornare e a farne segnalazione nei siti di riferimento. Quello di cui c'e` più bisogno e` molto buon senso e altrettanto rispetto. Anche l'Amira è molto sensibile a queste persone e, infatti, in questi anni ha istituito un concorso per giovani diversamente abili che lavorano nel mondo della ristorazione. Quest'anno la 4°edizione del concorso nazionale "Le diverse abilità nel mondo della ristorazione" si svolgerà a Noto (Siracusa) dal 5 al 7 dicembre 2023. Un'iniziativa per valorizzare nella maniera migliore il ruolo di questi ragazzi speciali che un giorno potranno svolgere questo lavoro. Noi crediamo nelle grandi potenzialità di questi ragazzi che sono alla ricerca di un'opportunità per mettere a frutto le loro abilità.

Per i tuoi commenti cerca il codice 99812 su www.italiaatavola.net

Bartolomeo D'Amico

Presidente Associazione Direttori d'Albergo





Turismo di massa o di lusso?

Meglio quello che fa bene al territorio

Qualche giorno fa, un giornalista di un quotidiano pugliese mi ha chiesto se preferissi il turismo del lusso al turismo di massa. La mia risposta è stata la seguente: nessuno dei due! Cerco di spiegarmi. Entrambi durano 40 giorni circa, da metà luglio a fine agosto. Il turismo che preferisco, invece, è un turismo che vada in cerca di arte, enogastronomia, entroterra e che si sviluppi durante tutto l'anno. Faccio un esempio reale: vi è un operatore, il cui nome la dice lunga, "Studiosus", che organizza viaggi in 140 paesi, praticamente in tutto il mondo. L'Italia è al primo posto: i clienti di "Studiosus" sono persone appassionate di arte, storia ed enogastronomia; non usufruiscono di una guida qualsiasi, ma di esperti in storia dell'arte, i quali conoscono il territorio meglio delle popolazioni autoctone. Bagno rigenerante al mare la mattina presto e, subito dopo la colazione, si parte per delle lunghe escursioni; rientro nel tardo pomeriggio, altro bagno rinfrescante, e poi cena con menù a là carte e degustazione di vini locali. Una sera durante la settimana si recano in un ristorante tipico del paese per cena: tutto questo avviene da febbraio a dicembre, evitando luglio ed agosto.

Questo tipo di turismo destagionalizza, fidelizzando il personale che lavora almeno 9/10 mesi in un anno, dà una continuità di lavoro e di entrate al territorio e ai fornitori. Ci tengo a precisare che non sono contro il turismo di lusso, anzi, ben venga anche quello, ma ha la pecca della breve durata; mentre sono abbastanza contrario al turismo di massa (over tourism) che crea disordine e caos, concentrandosi anch' esso nei mesi di luglio e agosto.

Dunque, il consiglio che sento di dare ai nostri amministratori, se vogliono darci una mano, è di mantenere aperti i siti di interesse artistico-culturale, valorizzandoli e rendendoli fruibili 365 giorni l'anno; curiamo e implementiamo i trasporti pubblici anche nel fuori stagione, induciamo i locali nei centri storici a stare aperti almeno 9 mesi l'anno, gestiamo con maggior cura i parcheggi e controlliamo i B&B e le case-vacanza senza autorizzazione. La mia modesta conclusione è che tutti i tipi di turismo fanno bene al territorio, ma bisogna puntare sempre più alla destagionalizzazione e ad un rapporto equilibrato qualità-prezzo.

D'Amico Bartolomeo

Per i tuoi commenti cerca il codice 99568 su www.italiaatavola.net

Aria

una ventata di croccante leggerezza.

CON PASTA MADRE







25 kg

15 kg | 5 kg

SEMPRE E SOLO DAL GRANO.

Dall'esperienza di Mulino Caputo, una nuova farina **100% naturale**, senza alcun additivo.

Realizzata con **ANTICA PASTA MADRE.**

Questo pre-fermento è realizzato con una selezione di grani e acqua, **essiccato lentamente** per preservarne le proprietà.

Per impasti ad alta idratazione, alveolati, **LEGGERI E CROCCANTI.**

Una garanzia per gustose pinse, pizze alla pala, in teglia e contemporanee.

CAPUTO

Il mulino di Napoli

Scopri di più su
www.mulinocaputo.it

EHMA
EUROPEAN HOTEL MANAGERS ASSOCIATION

Ezio Indiani
Delegato nazionale Italia EHMA



Alti e bassi di un'estate comunque positiva

Ottobre, tempo di bilanci per un'estate che da un punto di vista di presenze e di impatto economico ha evidenziato due fenomeni. Il primo, un trend positivo e in cui le strutture ricettive hanno registrato un buon tasso di occupazione con ricavi medi significativamente alti. Realtà che hanno continuato a cavalcare l'onda dei flussi turistici di Stati Uniti e Medio Oriente, da sempre amanti dell'Italia e supportati da condizioni economiche ancora favorevoli nei loro paesi - mi riferisco al cambio dollaro-euro favorevole per i primi e ad una propensione di spesa tendenzialmente alta per i secondi. Le realtà che hanno beneficiato di questi flussi sono state in particolare il Lago di Como, le città d'arte (Roma, Firenze, Venezia), Milano, la costiera Amalfitana, Capri, Taormina, Portofino e diverse altre località turistiche di risonanza internazionale.

Il secondo fenomeno fa invece riferimento ad un segnale di rallentamento generalizzato con leggere contrazioni di presenze, ma che grazie all'incremento del fatturato generale ottenuto dall'aumento del ricavo medio camera ha permesso comunque una discreta profittabilità operativa.





Questi aspetti ci devono portare a riflettere al fine di affrontare il futuro del nostro settore con una prospettiva ed approccio diverso.

In questo contesto un impatto significativo è stato dato dall'assenza di flussi turistici dalla Russia e dai paesi dell'estremo Oriente, Cina, in primis. Questo ha avuto delle conseguenze in termini di presenze in alcune località come Sardegna, Versilia e Riviera Adriatica, in particolare. Ci auguriamo che presto si ripristinino condizioni geo-politiche favorevoli creando le condizioni per un loro ritorno nel Bel Paese. Si sente parlare sempre più spesso del turismo in Italia come il nostro "petrolio".

Ritengo questo punto assolutamente vero ma la strada da percorrere è lunga ed impegnativa e deve vedere una collaborazione sempre più stretta e coordinata tra il settore pubblico e privato che preveda investimenti strutturali nella riqualificazione della nostra offerta alberghiera ed un miglioramento delle infrastrutture in generale, strade, aeroporti, ferrovie, alta velocità, ecc. in tutto il territorio nazionale. In conclusione, l'estate 2023 è stata positiva ma non dormiamo sugli allori! Lavoriamo questo fine anno per essere pronti ad affrontare le sfide del 2024 in un contesto competitivo sempre più aggressivo!

Per i tuoi commenti cerca il codice 99565 su www.italiaatavola.net


Giblor's
italian work*life* specialist



Bernardo Ferro

Presidente Abi Professional



ABI Professional e la 1ª edizione di Caffè Vergnano Challenge al convegno di Roma

Carissimi lettori, siamo giunti alla fine di un'altra stagione lavorativa. Spero che abbiate trascorso un anno pieno di successi e soddisfazioni, e che il vostro impegno e la vostra dedizione abbiano portato risultati positivi. Nonostante le sfide che il mondo ci ha riservato, sono certo che molti di voi hanno dimostrato grande resilienza e determinazione. In questo contesto, non posso fare a meno di menzionare ABI Professional, un'organizzazione che ha dimostrato una straordinaria capacità di adattamento e di perseveranza nel corso degli anni. E che non si è mai fermata, anzi, ha continuato a crescere e a promuovere l'eccellenza nella sua area di competenza.

Quest'anno, il convegno di ABI Professional si terrà a Roma, presso l'Hotel Mercure Roma West, nelle giornate dal 7 al 9 novembre. Questo evento rappresenta una pietra miliare per ABI Professional e per l'intera comunità di professionisti che gravitano attorno a questa organizzazione. È un momento in cui si condividono conoscenze, esperienze e idee, e dove si ha l'opportunità di incontrare colleghi e esperti del settore. Ogni anno, la qualità dei finalisti e dei partecipanti aumenta, il che è un chiaro segno del continuo impegno e dell'eccellenza che caratterizzano il settore in cui operiamo. È un'occasione per apprendere dalle migliori menti del campo, per discutere le ultime tendenze e innovazioni e per costruire relazioni che possono durare per tutta la carriera. Ma quest'anno, c'è anche un motivo in più per non perdere questo evento straordinario.



L'8 novembre, nel contesto del convegno, si terrà la prima edizione di "Caffè Vergnano Challenge". Un' emozionante competizione che metterà alla prova le abilità dei bartender. Non solo dovranno dimostrare la loro maestria nella preparazione di cocktail, ma anche nella preparazione di un caffè espresso e di un cappuccino. Questa sfida mette in evidenza come il settore della ristorazione stia diventando sempre più polivalente, richiedendo competenze diverse e approfondite. Sarà un momento di grande divertimento e di apprendimento, e vi invitiamo calorosamente a partecipare o a seguire questa emozionante competizione. Quindi, cari lettori, se cercate un'opportunità per arricchire la vostra conoscenza, ampliare la vostra rete professionale e divertirvi allo stesso tempo, non perdete il convegno Nazionale di ABI Professional. Vi aspettiamo numerosi a Roma, dal 7 al 9 novembre, all'Hotel Mercure Roma West. È un appuntamento da non perdere. Buon convegno!

Per i tuoi commenti cerca il codice 99814 su www.italiaatavola.net



Carne

Tutti i segreti per sceglierla, cuocerla, salarla e ordinarla

Il mondo della carne è complesso. Vediamo quali caratteristiche contribuiscono alla qualità finale del prodotto, dall'ambiente all'allevamento, passando per il clima; quali sono le tecniche di cottura per una bistecca perfetta senza dimenticare le regole per la salatura e come ordinarla al ristorante



di ***Matteo Scibilia***

Esiste la carne perfetta per un ristorante? Quali sono i parametri per definirla tale? Tutte domande molto importanti alle quali cercheremo di dare una risposta, ma prima cominciamo a chiarire cosa si intende per carne. La carne è quel prodotto, normalmente di colore rosso, con osso o senza osso, che si acquista dal macellaio o al supermercato, spesso già sezionata o in fettine (purtroppo sempre più magra e senza grasso). **Occorre precisare però che quello che si acquista sono i muscoli degli animali. Tuttavia, non è questo che regala sapore alla carne, quanto il grasso che si trova all'interno o intorno al muscolo. Ogni razza ne sviluppa uno in particolare** e per questo l'alimentazione, il clima, l'ambiente e addirittura le condizioni antistress che l'allevatore attua sono tutti fattori che determinano la qualità finale di una carne.

Alla scoperta della carne di manzo

Parliamo principalmente del bovino o, meglio, del manzo: dall'Uro al manzo, il Bos Primigenius, l'antenato da cui è nato tutto, è una bestia selvatica con corna enormi apparsa due milioni di anni fa in India; ha girato in lungo e in largo approdando anche in Italia da cui sono nate alcune razze, tra cui la Fassona piemontese. **Appena nato e fino a sei mesi è definito vitello maschio o femmina che sia**. Quando cresce il sesso diventa importante. Se è una femmina, prima che qualche maschio la ingravidi, è una **scottona: quindi, con questa definizione si intende una manza che non ha mai partorito e che viene macellata intorno ai tre anni** (se partorisce non è più una scottona ma diventa manza).

Se il vitello è un maschio diventa **vitellone e lo si nutre affinché cresca rapidamente fino a diventare manzo**. Dopo che gli vengono tagliati i testicoli diventa bue e la sua crescita rallenta, la massa muscolare e il grasso si bilanciano così il suo sapore sarà più pronunciato della femmina. Se, invece, al maschio adulto gli si lasciano i testicoli è un toro, con il compito specifico di ingravidare femmine: ogni toro è in grado di farlo 30 volte l'anno. La sua carne e più tenace e saporita di una scottona.

Cosa incide sul sapore e sulla qualità della carne?

Cosa determina il sapore della carne? Naturalmente incidono le condizioni di vita (come vivere all'aperto, mangiare erba...), ma, è importante, ➔



sapere che ciò non influenza il sapore del muscolo, cioè della carne, ma influisce sul sapore del grasso intorno ai muscoli che ne assorbe l'aroma e che quindi fa la differenza. **Cosa è, dunque, importante: l'allevatore, il foraggio, il terreno, la razza, il costo? Oppure è un mix di tutto questo? Cerchiamo di dare qualche risposta.** Nel cibo ormai da molto tempo tutto è focalizzato intorno alla parola "qualità". Ma se per alcuni prodotti è facile individuare il livello qualitativo, con altri non è scontato: troppi parametri entrano in gioco! È il caso della carne, un prodotto complesso, ricco di variabili.

Da molto tempo il mondo della carne, infatti, è sotto i riflettori. Si va dal pollo di batteria che costa qualche euro al chilo al pollo allevato a terra che ne costa dieci volte tanto, ma entrano in gioco anche tradizione gastronomica e storia di un territorio, passando da un carpaccio all'Albese a un ragù alla napoletana alla famosa Fiorentina, dove anche la cottura è una variabile importante.

La tradizione italiana dell'allevamento dei bovini

Bisogna in ogni caso ricordare che l'uso di mangiare carne di manzo è molto recente: il bue era uno animale da lavoro già in epoca romana, quando era più abitudine mangiare maiali, volatili, selvaggina. Ma con l'avvento dei trattori, alimentarsi con la carne di manzo è divenuta una prassi, anche se inizialmente riservata a pochi, alla classe benestante, un segno di agiatezza sociale.

Nel nostro paese c'è una antica tradizione di allevamenti a livello regionale: dal Vitellone bianco degli Appennini, che comprende la Chianina, la Marchigiana e la Romagnola, oggi riuniti nel Consorzio delle TreR con un rigido disciplinare ne regola l'allevamento, alla **Fassona in Piemonte**, alle razze più o meno autoctone che sono allevate in altre regioni. Tuttavia, l'Italia non è un territorio di pianura e di pascoli in grado di allevare allo stato brado, per cui spesso gli allevamenti sono finalizzati al consumo locale e alla produzione di latte e quindi di formaggi.

Il territorio, la carta d'identità di una buona carne

Tutto è cominciato qualche anno fa quando alcune aziende specializzate in distribuzione di specialità del settore Horeca cominciarono a importare e distribuire carni estere con caratteristiche diverse dalle carne nazionali. **In assoluto la prima novità, intorno agli anni 80-90, fu l'arrivo della carne scozzese, l'Angus di Aberdeen**. Così le prime carni supermarezzate, allevate in ricchi pascoli allo stato brado, misero in gioco nuove tecniche di cottura e di sapore che stimolarono la fantasia degli chef. Insieme a un altro grande prodotto, l'agnello Presalè, o meglio il Prè-salès di Mont-Saint-Michel, che provocò un po' di confusione: in molti confusero il nome in "agnello presalato", ma, in realtà, erano animali che si cibavano di erba di pascoli "bagnati" dalla brezza marina, cioè da acqua salata, che in qualche maniera interveniva nel sapore finale delle carni.

Qualche anno dopo arrivarono i primi tagli della Wa-gyu, letteralmente manzo giapponese, prodotto con metodi e protocolli severi di allevamento che offrono carni di altissi-

mo livello, molto marezzate, e circondate da un alone di mistero e di fiaba: animali allevati con massaggi e sakè, cibati con birra e che ascoltavano musica classica. Il successo fu tale che spinse alcuni allevatori di casa nostra, anche in Brianza a tentare di applicare i metodi Wagyu nell'allevamento di alcuni capi di manzo nostrani, ma il costo della filiera non ne permise una facile diffusione: meglio importarla e così fu! Anche se, in Alto Adige e in Emilia-Romagna, alcuni allevatori hanno avviato da anni dei protocolli di allevamento che si rifanno alle metodologie Wagyu. In ogni caso **ormai il mercato era disponibile e pronto a recepire le novità ed ecco che alcuni distributori iniziarono con l'importazione e la distribuzione della regina di tutte le carni, il Kobe**, un manzo di origine Wagyu, ma in questo caso con una selezione specifica, razza Tajima-gyu, la carne dell'imperatore, della prefettura di Hyogo che ha come capitale la città di Kobe. Le razze principali di Wagyu sono Japanese Black, allevati nelle regioni di Matsusaka, Ohmi e Kobe, ma tutti nati nella valle di Tajima-gyu. Gli standard di allevamento sono altissimi con un prodotto finale altrettanto eccellente e naturalmente con un costo elevato, ma con gusto e sapore impareggiabili.

Tutto ciò ha avuto un effetto domino su molte filiere dell'allevamento di manzo sia in Italia sia in molti paesi europei con l'obiettivo di migliorare i metodi di produzione di carni di qualità.

La carne Dry Aged

Il Dry aged è un processo di essicazione e ammorbidimento della carne che provoca la penetrazione del grasso sottocutaneo all'interno, rendendo la carne più burrosa. Si verifica un processo enzimatico che provoca la rottura della proteina spezzando le fibre e rilasciando acqua. La perdita di succhi e liquidi comporta una perdita di peso, ma fa sì che aumenti la concentrazione di sapore, odore e colore. La natura rustica delle razze più anziane è un fattore molto importante e aiuta a riconoscere le caratteristiche dei singoli animali e a respingere altre razze più moderne perché l'esperienza ha mostrato che hanno un valore culinario inferiore. Il colore del grasso è un ottimo indicatore della dieta e della vita che ha avuto l'animale: se ha fatto pascolo, ed è stato al sole, sarà giallo. Lo stesso colore l'avrà se nutrito a ghiande. Inoltre, se è un animale che ha lavorato o vissuto a lungo avrà muscoli dal rosso più acceso.



Grassa e frollata: le qualità per una buona carne

Una buona carne nasce soprattutto dall'attenzione al benessere con cui l'animale viene allevato, dal cibo con cui è alimentato. **Un allevatore olandese di vitello, Peter's Farm diventò famoso (e lo è ancora) perché faceva giocare i vitellini con i giocattoli: oggi le migliori Costolette alla milanese sono realizzate con queste carni**. Una buona carne non deve essere magra, ma grassa, e soprattutto deve essere frollata: questo è stato in fondo l'insegnamento dell'approccio con il manzo giapponese Wa-gyu. Non solo, abbiamo anche imparato che la marezzatura, cioè l'infiltrazione del grasso, deve essere accentuato nelle fibre muscolari e non solo esternamente, segno che l'animale ha vissuto allo stato brado. Con questo spirito e progetto sono oggi disponibili nuove carni, allevate in territori precisi, con biodiversità molto spiccate.

Abbiamo imparato, come dicevamo, anche cosa è la frollatura, valore importantissimo per la qualità della carne. **La frollatura è il procedimento di invecchiamento della carne dopo la macellazione, finalizzato a renderla più morbida e gradevole al palato**. Di conseguenza la "frollatura", termine improprio del ➔

processo wet aging, ha una durata (conservazione) definita nel tempo, che di solito non supera i 30 giorni. Questo è il processo di conservazione più utilizzato negli Stati Uniti e nel Regno Unito.

La carne è costituita da oltre il 60% da acqua, oltre a sali minerali, zuccheri, proteine, grassi in genere, sangue: un mix che determina la durezza delle fibre muscolari, composte da tessuto connettivo e grassi, cioè la carne che mangiamo tutti i giorni. Questo mix necessita di un degrado molecolare che avviene in maniera fisico chimica con la frollatura, prassi che viene anch'essa regolata da norme sanitarie.

Quali sono le migliori carni di manzo al mondo?

Oltre al **Wagyu** e alla **Rubia Gallega** di cui abbiamo già parlato, al top delle migliori carni di manzo al mondo ci sono le italiane: la **Chianina toscana**, la **Piemontese**, la **Romagnola**, la **Podolica**, la **Maremmana**.
Poi, l'**Aberdeen angus scozzese**, la **Bazadaise francese**, la **Salers francese** del massiccio centrale, la **Charolais francese** , la **Rouge des Pres**, l'**Aubrac** sempre francese, la **Hereford** inglese (zona del Galles), la **Galloway** scozzese, la **Longhorn** (la più antica razza inglese), la **Durham, oggi Shorthorn**, e la **Highland** delle Highland scozzesi.

L'exploit qualitativo della carne di manzo spagnola

Abbiamo accennato ad alcune razze del nostro paese, ma in tutta l'Unione europea cominciano a diffondersi altre razze del territorio: carni di manzi bavaresi dalla Germania, carni di manzo prussiano dalla Polonia, la Frisona francese di origine olandese con il nome Hollandaise Pie-Noir, oltre alla famosa Charolaise. **Ma sono gli spagnoli che si stanno distinguendo con carni molto particolari tra cui: la carne galiziana, Rubia Gallega**. Gli spagnoli oltre al famoso Pata Negra, maiale dai piedi neri che produce il relativo Jamon Iberico, infatti, allevano e producono carni di manzo e di vacca vecchia di grande livello qualitativo

In Galizia pastorizia e allevamento sono ancora condotti seguendo tradizioni storiche, in un'armonia tra uomo e natura che ne ha fatto un luogo ideale. L'alimentazione a erba, i grandi spazi, e la cura verso gli ➜


Rubia Gallega

BENVENUTI IN SICILIA

IL VIGNETO BIO
PIU' GRANDE D'ITALIA

SICILIADOC.WINE

vini che ti sorprendono ogni volta



SICILIA DOC

CONSORZIO DI TUTELA VINI

 WinesOfSiciliaDOC

 wineofsiciliadoc

Photo by: Gio Martorana



Rhug Estate in Galles: la carne della famiglia reale inglese

Nel Galles del nord c'è una delle fattorie più grandi d'Inghilterra: il Rhug Estate. Una storia millenaria, che incarna i valori del proprio territorio e ha saputo dare spazio all'innovazione. Nel 1998, quando Lord Newborough ereditò la tenuta di Rhug dal padre, volle che quel terreno di più di 5mila ettari si convertisse al biologico. Sono nati così gli allevamenti biologici del Rhug Estate.

Con grande anticipo rispetto a molti altri imprenditori, Lord Newborough ha, così, investito su uno stile di vita più sano, fondamentale per la salvaguardia del pianeta. Dal 2000 i suoi allevamenti sono certificati 100% biologici e i suoi animali vivono in un ambiente stress-free che influisce positivamente sulla qualità del prodotto finale. La filosofia di Lord Newborough punta tutto sulla filiera corta, dal campo al piatto. Gli animali sono allevati sui terreni della fattoria, dove si nutrono di erbe e prodotti coltivati in fattoria. Caratteristiche che lo hanno reso un fornitore di qualità... reale!

I terreni del Rhug Estate si dividono tra la fattoria principale a Corwen e la costa di Caernafron, dove si alleva l'Aberdeen Angus, razza pluripremiata per l'alto grado di marezzatura delle sue carni. L'azienda alleva anche pollame e suini, ma anche cacciagione, selvaggina e razze autoctone, come l'agnello gallese Igp.

I polli ruspanti sono allevati a terra tra le 11 e le 16 settimane su pascoli completamente biologici. Questi animali sono oggetto di grandi cure al fine di preservare il loro benessere: si nutrono e vivono in grandi campi di trifoglio e crescono in piccoli gruppi omogenei, che possono essere facilmente spostati da un terreno all'altro per non depauperare la natura che li ospita.

Altro pezzo forte è l'agnello delle saline che, a differenza dell'agnello gallese Igp, è stagionale. Il prodotto è disponibile da maggio a dicembre, poiché le erbe, di cui si nutre (lavanda di mare, acetosa, finocchio marino e altre erbe salmastre) e che caratterizzano il sapore dolce delle sue carni, non crescono durante il periodo invernale. Da segnalare anche i tacchini, le oche, i galli cedroni, i daini e il cervo: i primi sono un must del Natale, mentre i secondi vengono commercializzati in base alla disponibilità stagionale.

animali, si ritrovano nei sapori delle carni delle vacche di Galizia. Che l'animale sia una frisona (che costituiscono la maggioranza degli animali selezionati) o una bruna dei pirenei ha relativamente poca importanza. Questo non preclude che la tracciabilità sia totale: la razza si sa sempre, ma è considerata meno importante.

Mangiare meno carne, ma di più alta qualità

Potremmo in definitiva dichiarare la carne "questa sconosciuta": passione e conoscenza sono le armi dei migliori allevatori; il territorio è in grado di firmare le carni migliori, capace di soddisfare i palati più esigenti nel segno, però di mangiare meno carne, ma di più alta qualità.

Come cuocere la bistecca perfetta

Ma come è meglio cuocere la carne? **Cucinare bene la carne non è nient'altro che trovare il metodo giusto per darle consistenza corretta ed esaltarne il sapore**. Tant'è che



in definitiva le carni sono dissosate, tritate, pestate, macinate... e cotte (grigliate, arrostite, stufate ecc...).

Ma nonostante ci siano così tanti procedimenti e tagli diversi è sorprendente che in cottura le regole siano quasi le stesse. In ogni caso ora possiamo dire con certezza che **cuocere una buona bistecca è il risultato di un insieme di fattori che gli chef e i professionisti conoscono bene, ma cosa fare a casa?** Intanto regola numero uno è procurarsi della buona carne e un buon taglio come una Fiorentina, un Rib Eye, una buona costata.

Poi **il segreto è la temperatura dello strumento di cottura: padella, griglia o piastra elettrica**. La carne, come abbiamo detto, è un insieme di sostanze, in cui la fascia muscolare è tenuta attaccata all'osso dal tessuto connettivo e anche dal collagene, che in cottura si scioglie.

La scienza in qualche maniera ci ha rivelato cosa avviene con la cottura, quella che gli addetti chiamano **reazione di Maillard, cioè la caramellizzazione: alla temperatura di almeno 140° le varie sostanze della carne, zuccheri in testa, cuociono imbrunendo, e nello stesso tempo creano una specie di camicia che ricopre l'esterno della carne stessa, impedendo ai liquidi di fuori uscire** (evapora solo l'acqua) e di mantenere la stessa morbida. Piccolo segreto ulteriore è tenere il pezzo di carne cotta sulla padella a fuoco spento per qualche minuto per permettere ai succhi interni di rilassarsi e ridistribuirsi. E se non si ha un termometro, per sapere se la temperatura della padella è a 140° basta spruzzare sulla stessa due gocce di acqua: sappiamo che a 100° l'acqua evapora, ma a una temperatura superiore "scoppia"...





L'arte di saper salare la carne

Dopo la cottura, fondamentale è anche saper salare la carne. E sulla questione si legge di tutto: «salate subito prima di cuocerla; non salatela prima di cuocerla...». Ora se solo per divertirci scoprissimo cosa succede realmente da un punto di vista scientifico quando saliamo la ➔

carne? Partiamo con una domanda: il sale penetra nella carne?

Quesito apparentemente banale, ma la risposta è no! **Quindi durante la cottura è inutile salare la carne. Perché? Perché il sale si scioglie nell'acqua, ma non nell'olio, quindi, se si dora la carne con olio o con burro, il grasso avvolgerà i granelli di sale e ne impedirà il contatto con l'umidità della carne e quindi il sale non potrà sciogliersi, durante la cottura**. Le fibre della carne si ritirano e, soprattutto su una griglia scoppiettano in maniera violenta, respingendo gran parte dei granelli di sale: prima di penetrare nella carne, **il sale infatti deve sciogliersi e perché questo avvenga ci vuole più tempo della stessa cottura della carne**.

cod 99719

Ordinare la bistecca al ristorante: i termini giusti per scegliere la cottura

Rare
Al sangue

Medium rare
Media al sangue

Medium
Media

Medium well
Media ben cotta

Well done
Ben cotta



MARISA CUOMO



FURORE - ITALIA



*C'è chi
li definisce
estremi,
chi li chiama
eroici,
questi vini
sono figli
della fatica e
del sudore
dell'uomo.*

MARISA CUOMO
FURORE

Costa d'A

DENOMINAZIONE DI ORIGINE

FUROR

RISERVA

MARISA CUOM

MARISA CUOMO
FURORE

Costa d'

DENOMINAZIONE DI ORIG

RAVEL

RISERVA

MARISA CUO

Costa d'Amalfi

DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA

FIORDUVA

MARISA CUOMO



www.marisacuomo.com
f CantineMarisaCuomo

Selvaggina

L'evoluzione della carne "nera" che stuzzica gli chef

Sono carni saporite, nutrienti e magre, povere di grassi e ricche di proteine. Igles Corelli è stato tra i primi a sdoganare la selvaggina nelle cucine dell'alta ristorazione seguito da altri grandi chef

di ***Piera Genta***

Selvaggina e cacciagione. Due termini che solo apparentemente sono intercambiabili. Selvaggina indica la fauna selvatica e include quella da pelo (lepre, coniglio selvatico, cinghiale, maiale selvatico, daino, cervo, capriolo, camoscio ecc…) e quella da piuma (fagiano, anatra, pernice, quaglia, beccaccia ecc…).

Per cacciagione invece si intende il prodotto dell'attività venatoria e comprende tutti gli animali commestibili che vivono liberi in natura, distinti in "animali da pelo" (mammiferi) e "animali da penna" (uccelli). In ambito gastronomico si usa spesso chiamare selvaggina gli animali da pelo, e cacciagione quelli da penna.

La selvaggina dall'antichità ai giorni nostri

Fin dai tempi antichi, la selvaggina ha costituito una risorsa alimentare importante. Con il passare del tempo e la crescente sensibilizzazione nei confronti degli animali, la selvaggina ha perso progressivamente di valore. La caccia è stata sostituita dall'allevamento e la figura del cacciatore professionista scomparsa.

Selvaggina, carni "nere" saporite e ricche di proteine

Selvaggina e cacciagione hanno tutte carni dal colore scuro e vengono classificate come carni nere: generalmente sono saporite, nutrienti e magre con interessanti caratteristiche nutritive, povere di grassi e ricche di proteine. Tutto questo perché sono animali che mangiano quello che offre solo il bosco.

Nella cucina moderna sono poco usate per la minore reperibilità del prodotto rispetto al passato e per il sapore intenso che necessita una adeguata frollatura che può variare

secondo razza e dimensioni dell'animale e a volte anche la stagione e una marinatura con vino ed erbe aromatiche prima della cottura.

Selvaggina, carne per lo più "stagionale"

Queste carni, che nella cucina classica avevano un ruolo di primo piano, sono diventate un ingrediente usato quasi esclusivamente nell'ambito delle cucine tradizionali in alcuni periodi dell'anno. Si iniziano a vedere tranci di selvaggina anche nella grande distribuzione, e sempre più spesso alcune specie vengono allevate. Alcune carni vengono poi anche trasformate in salumi e insaccati, si pensi al prosciutto di cervo, alla mocetta di camoscio o al salame di cinghiale. Una carne che sta rientrando nelle cucine dei grandi chef.



Cialda soffice di mandorla, battuta di daino puntarelle e vegetali di stagione | ricetta di Davide Palluda

La selvaggina secondo gli chef Corelli, Palluda e Sormani

Igles Corelli è stato tra i primi a sdoganare la selvaggina nelle cucine dell'alta ristorazione ed ha portato la sua esperienza a Cibo selvaggio, l'unico evento italiano dedicato al cibo di caccia d'autore che si è svolto a Foligno (Pg). In Piemonte, nei dintorni di Torino, Idealcarni è il primo centro certificato dalla Regione Piemonte, che lavora selvaggina proveniente da abbattimenti selettivi dei parchi piemontesi, ci sono numerosi esempi di questa cucina.

Insolite le proposte di **Davide Palluda**, chef stellato dell'Enoteca di Canale, che ha in menu Daino, uva, whisky torbato e cacao fermentato (molto richiesto dalla clientela) a cui si è aggiunta la Cialda soffice di mandorla, capriolo battuto al coltello, ricci di mare e tartufo bianco dall'Alta Val Formazza. Alla Locanda Walser Schtuba di Riale (Vb) lo chef **Matteo Sormani** propone una cucina creativa secondo la tradizione walser, in collaborazione con piccoli produttori del territorio e materie prime locali. Ed è tra i promotori della "Filiera eco-alimentare" per la selvaggina in Alta Val d'Ossola, progetto nato per rispondere in modo sostenibile allo spreco, ovvero la perdita dei capi cacciati spesso buttati perché mal conservati. Il progetto prevede corsi di formazione per una filiera controllata dell'animale selvatico, dal cacciatore al macellaio al ristoratore. Nel menu di Sormani ci sono così piatti creativi come il cervo, aglio orsino e limone, il cinghiale asparagi e sedano rapa, il cervo in 4 passaggi che propone tagli come fegato, spalla, controfiletto e stinco, oltre alle mocette di cervo e cinghiale e carni di camoscio e capriolo. cod 99801



Anatra | ricetta di Igles Corelli



Milano

La nuova frontiera della carne di qualità

Ecco 3 diversi modelli di macelleria al servizio della ristorazione: Pellegrini, Consorzio lombardo produttore carni bovine e Origini-Carni Nobili. Al centro di ogni azienda la selezione delle carni migliori e la distribuzione

di ***Matteo Scibilia***

Milano, capitale della moda e del design, si conferma anche come capitale della carne di qualità. Fra le tante realtà che rappresentano questo mondo ne abbiano scelte alcune, la cui organizzazione è esempio di servizi diversi a disposizione dei ristoratori, secondo che schemi che hanno tanti altri esempio in tutta Italia. Grazie a realtà come Pellegrini, Origini e il Consorzio lombardo produttori car-

ne bovina (oltre a Lombardia Carni di cui parliamo diffusamente in altra parte del giornale) c'è in pratica un'ampia gamma di carni pregiate, capaci di soddisfare anche i palati più esigenti.

Pellegrini, Macellaio a Milano dal 1949

La **Pellegrini** (**www.macelleriapellegrini.it**) è un'azienda storica di Milano, fondata nel 1949. Da sempre specializzata nella carne equina, negli ultimi anni ha ampliato la sua offerta, proponendo anche carni bovine di alta qualità. La macelleria di via Spallanzani è un punto di riferimento per i milanesi che desiderano gustare una bistecca alla milanese di primissima scelta. La macelleria nasce con **Giorgio Pellegrini** come selezionatore di carni equine, oggi superspecializzato in carni di qualità grazie anche a due frigoriferi per una frollatura più attenta. Per i consumatori è possibile anche ordinare una costoletta di vitello alla milanese che viene cotta e degustata al momento, così come battute , carpacci e bistecche.



Giorgio Pellegrini è anche il presidente milanese dei macellai di Confcommercio e ha aperto un'altra macelleria in zona Lambrate, in via Pacini, che ha affidato a suo figlio, buon sangue non mente verrebbe da dire. Giorgio Pellegrini ha anche vinto un contest televisivo come miglior preparatore di costolette alla milanese, sotto la conduzione del noto chef Simone Rugiati.


Giorgio Pellegrini

Consorzio lombardo produttori carni bovine

Il **Consorzio lombardo produttori carne bovina** (**www.clpcab.it**) è un'altra realtà importante nel panorama della carne di qualità a Milano. Il consorzio riunisce 462 allevamenti fra Lombardia, Piemonte, Veneto, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Toscana e Sardegna, che si impegnano a produrre carne di alta qualità, rispettando ➔



le tradizioni e il benessere animale. Sono convenzionati circa 60 punti vendita e 21 macelli. Obbiettivo del Consorzio è una continua ricerca dei capi allevati con un'identità, realizzare un brand di un territorio preciso, con un protocollo e un disciplinare di allevamento quasi unico in Italia. Strategia che permetterà nelle intenzioni del presidente di offrire al settore Horeca italiano carni e tagli da una filiera nazionale, quasi a contrastare una diffusione di carni estere.

Fra le aziende del Consorzio più attive ricordiamo:

- **Azienda agricola Fieniletto di Cortelazzi Primo** (*presidente del consorzio*) con presenti mediamente 470/480 bovini F di razza Limousine ed incroci nazionali. Si trova a Canicossa di Marcaria in provincia di Mantova. I bovini allevati sono venduti sia a macellerie tradizionali sia a macelli industriali.
- **Azienda agricola Ruggenenti Guido e Claudio** e **Azienda agricola Ruggenenti Massimiliano e Manuel** (*Massimiliano Ruggenenti, consigliere del consorzio*) con presenti mediamente 500 bovini M e F di razza Limousine. Si trovano a Castel Goffredo in provincia di Mantova. I bovini allevati sono venduti sia alle macellerie tradizionali che a macelli industriali.



Origini, start-up per la carne estera di qualità

Origini è una start-up fondata nel 2021 da **Alessandro D'Urbano** e **David Sartor De Miguel**. L'obiettivo dell'azienda è quello di promuovere in Italia i brand d'eccellenza esteri di carne di alta qualità. Origini collabora con alcuni dei migliori allevatori europei, selezionati in base a rigorosi criteri di qualità. Un progetto che offre ai clienti esperienza e competenza, riuscendo a garantire un servizio a 360° con un metodo sicuro per le aziende, sia per quelle estere che vogliono entrare nel mercato italiano senza rischi per il proprio brand, sia per quelle italiane che vogliono investire su brand esclusivi con più serenità.

Il servizio che offre Origini all'estero è quello di aprire il mercato italiano e di effettuare una verifica continua su tutto il territorio nazionale per una crescita sana, omogenea e controllata, creando una collaborazione diretta tra il fornitore e i migliori distributori italiani. Il servizio che offre Origini in Italia ai propri clienti è un prezzo di mercato monitorato per tutti a garanzia di una crescita sana, il contatto sempre diretto con il fornitore e una zona in completa esclusiva per ogni brand. Questo progetto potrebbe definirsi una negoziazione "win win" dove si crea una situazione vantaggiosa per tutte le parti: il fornitore estero resta sempre a conoscenza di quel che accade sul mercato (a tutela del suo prodotto e del suo buon nome) e il distributore gode di un referente aziendale diretto sul territorio.

Carni Nobili, il distributore delle carni Origini

Carni Nobili (**www.carninobili.it**) è il distributore delle carni di Origini. Dal 1942 Carni Nobili è protagonista del commercio in carni pregiate, lavorando con le più famose firme nelle cucine del capoluogo lombardo e non solo: il rapporto che lega Carni Nobili agli chef è decennale, forte dell'impegno dell'azienda nel dare sempre qualcosa in più per la fornitura giornaliera alla ristorazione.

Il prodotto di Carni Nobili è il frutto di oltre 70 anni di selezione e scelta, la garanzia di portare in cucina il meglio: Carni Nobili lavora con Germania, Olanda e Italia, cercando sempre le soluzioni più adatte alla clientela, senza tralasciare le novità.

Carni Nobili intrattiene rapporti pluridecennali con i macelli a cui si rivolge, per preservare la qualità delle materie prime importate: la carne è analizzata con rigorosi controlli presso un laboratorio di zooprofilassi accreditato dalla regione Lombardia, per la massima selezione della qualità.

cod 99813

La migliore carne dal mondo?





Passa dalla Lombardia

Nata come macelleria al dettaglio, Lombardia Carni ad Almé (Bg) è oggi un'azienda di famiglia innovativa e tecnologica con una accurata selezione di carni pregiate e internazionali

Lombardia Carni srl è specializzata nella lavorazione e trasformazione di carne fresca bovina e suina. L'azienda, che ha sede ad Almé, in provincia di Bergamo, vanta un'esperienza lunga mezzo secolo e lavora quotidianamente con passione ed esperienza le migliori carni italiane ed internazionali. Il confezionamento della materia prima avviene tramite sottovuoto e in atmosfera protettiva, la carne è commercializzata sia attraverso marchi propri, sia per conto di terzi.

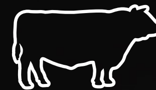
La carne, passione di famiglia per i Solari

Alla base del successo aziendale c'è la passione di famiglia per la buona carne. Una storia che inizia con Mario Solari, coadiuvato dall'expertise nel commercio del padre Gino. I viaggi in Piemonte permettono loro di scegliere le carni migliori negli allevamenti bovini, dove vengono selezionati e acquistati gli animali. Oggi in azienda anche Marco, figlio di Mario che, attento ai nuovi trend ha dato nuovi stimoli all'azienda.

Nel 2005 poi, Lombardia Carni si dota di nuovi spazi funzionali puntando al grande sviluppo industriale. Negli anni la realtà cresce e Mario Solari amplia la commercializzazione verso la grande distribuzione.

Lombardia Carni, dal dettaglio ad impresa innovativa

Nata come macelleria al dettaglio, Lombardia Carni combina questa



originaria expertise con un'efficiente organizzazione manageriale e una costante innovazione produttiva che si traduce in servizi dedicati e specifici: attenta e scrupolosa selezione dei capi, lavorazione nel pieno rispetto delle rigide norme di sicurezza e igiene, trasformazione, confezionamento e distrubuzione fino ad arrivare al rapporto con il cliente, studiato perchè sia allo stesso tempo flessibile e "tailor-made".

Qualità e innovazione sono sempre state le linee guide di Lombardia Carni, già nel 2005 infatti è stato inaugurato nel nuovo stabilimento di Almé il magazzino verticale completamente automatizzato con il sorter per la ricostruzione automatica di pezzi dello stesso capo.

Grande attenzione ai trend di consumo

Innovazione dicevamo, ma anche lungimiranza. Lombardia Carni si è posta come un player innovativo e particolarmente attento ai trend di consumo. È infatti in quest'ottica che nel 2019 ha investito per una linea di produzione dedicata ad hamburger e macinati, ideali per un consumo più facile e moderno, soprattutto in quella ristorazione che strizza l'occhio ai più giovani.

La migliore carne del mondo con Lombardia Carni

Merita poi una segnalazione anche la selezione "Carni dal mondo" con le migliori referenze bovine, che permettono di intraprendere un viaggio unico attraverso il cibo e i sapori di quattro continenti, dalle sconfinate pampas argentine, passando per Australia e Canada, fino alla prefettura giapponese di Kobe (Lombardia Carni è infatti un distributore accreditato dall'associazione di allevatori della carne di Kobe).

Ogni anno Lombardia Carni affronta le sfide di un mercato sempre in evoluzione e ora l'azienda punta a crescere sia nella grande distribuzione organizzata sia nel settore Horeca in modo da servire al meglio anche le attività di ristorazione di alta qualità.

cod 99858

Lombardia Carni
035 544816
www.carnidalmondo.com



"Vini" e buoi dei paesi tuoi... Breve guida pratica per abbinare la carne (e i salumi) con i vini regionali

Un vero e proprio giro d'Italia per provare a ricostruire un puzzle intrigante di abbinamenti tra piatti o prodotti a base carne di ogni regione con i gioielli enoici dell'area vitivinicola di riferimento



di ***Giambattista Marchetto***

Brasata, grigliata, allo spiedo, lessa, in padella, arrosto, salata, insaccata, in carpionie... in cucina e sulla tavola il volto della carne è multiforme. E altrettanto polimorfo può essere l'accostamento tra la vivanda ricca per eccellenza e il calice di vino che l'accompagna. Sì, perché in generale il perfetto accostamento per il grasso della carne e per la sugosità di molte preparazioni è spesso il tannino del vino rosso (o di vini macerati o di vini tannici). I tannini del vino, con un impatto ruvido sul palato, portano, infatti, secchezza e dunque vanno a compensare la carne e ne accompagnano il boccone.

Vini con la carne: il ruolo del tannino

La questione - a volte dibattuta - del wine pairing diventa allora tutto sommato semplice per i piatti a base carne, dato che il tannino dovrebbe essere l'ospite sempre gradito. Un dato di fatto, almeno per le carni rosse, che però talvolta può diventare un preconcetto da sfatare con l'inserimento in menu di una bolla o di un bianco di maggiore complessità.

Carne del territorio con il vino del territorio

Concentrando l'attenzione sulla cucina italiana, sembra scontato riconoscere come ogni territorio - ogni regione se non ogni città - abbia un approccio peculiare alle preparazioni di carne. Ecco che il calice e il piatto hanno avuto una evoluzione in connessione, offrendo mano nella mano esperienze culinarie che hanno una spiccata personalità locale.



Ecco perché si può giocare al giro d'Italia per provare a ricostruire un puzzle intrigante di abbinamenti tra piatti o prodotti a base carne di ogni regione con i gioielli enoici dell'area vitivinicola di riferimento.

Il Lambrusco ideale con salumi, insaccati e piatti di carne regionali

Tra gli esempi più noti, sicuramente la vocazione de Lambrusco ad accompagnare insaccati e salumi e ogni piatto grasso a base di maiale dell'area emiliana, con una evoluzione che dalla bolla charmat - da assaggiare L'Eclisse di Paltrinieri Gianfranco e il Concerto di Medici Ermete - ha portato a intriganti proposte spumantizzate in metodo classico, come quelle proposte da VentiVeni e da Cavaliera, ma anche con metodo ancestrale, i cui esempi più convincenti sono Medici Ermete e Cleto Chiarli.

In Piemonte carne cruda e i rossi del territorio

Anche l'accostamento made in Piemonte tra la battuta di carne cruda e i grandi rossi del territorio è un must, ma in fin dei conti il tannino complesso dei vini a base Nebbiolo sono un perfetto matrimonio anche con la cucina a base di interiora. Difficile scegliere senza fare ingiustizie, ma dai Barolo di GD Vajra a quelli di Einaudi o alla Brunella di Boroli, le espressioni di maggiore tensione giocano in coppia con piatti più agili, mentre quando si caricano le portate si può virare su Fontanafredda o fino a Pio Cesare. Da non tralasciare un vitigno intrigante come il Ruchè ➔



- da Ferraris alle Cantine Sant'Agata di Cavallero - che riesce ad addomesticare un arrosto e un vitello tonnato, dove forse una Barbera monferrina porta in dote l'acidità necessaria per qualche piatto forte piemontese. Già in Piemonte interviene però un outsider: l'emergente Alta Langa, che con le espressioni più affilate di metodo classico (da Contratto a Cuvage) sgrassa bene in aperitivo e stimola il boccone successivo.

In Toscana immancabile il Chianti la bistecca alla Fiorentina

Non si può eludere il confronto con la bistecca alla Fiorentina, che è una delle scelte immancabili per chi arriva in Toscana e nello specifico nel Chianti. Anche se Stefano Cinelli Colombini dalla Fattoria dei Barbi ricorda che la bistecca non è parte della tradizione toscana, e propone il suo Brunello di Montalcino col cinghiale o con l'anatra (e il paté di fegatini con il vinsanto), sono ancora molti gli estimatori del taglio di Chianina alto tre dita cotto sulla griglia con accanto i tannini del Sangiovese montalcinese di Ciacci Piccolomini d'Aragona o di Casanova di Neri, del Marroneto o di Caprili, ma anche i toni più vellutati di un chianti di Fontodi o del Castello di Ama, di Arillo in Terrabianca o di Lamole di Lamole.

In Veneto carne di cavallo con Valpolicella e d'asino con l'Amarore

A Verona la tradizionalissima pastissada di cavallo richiede un cavalier servente del rango raffinato di un Valpolicella Superiore (da Bertani a Santa Maria Valverde, fino a Musella), mentre la solida grassezza del ragù di musso richiama meglio un



Ville D'Arfanta, Conegliano Valdobbiadene Docg Extra Brut

Il brand **Ville d'Arfanta** (**www.villedarfanta.it**), proprietà dell'azienda Serena Wines 1881, nasce per celebrare attraverso prodotti top quality la preziosa unicità delle morbide colline coneglianesi, oggi patrimonio Unesco. Una terra che custodisce una tradizione centenaria, che con i suoi Prosecco Doc e Docg è diventata in tutto il mondo sinonimo di pura italianità. La linea prende il nome dalle colline di Arfanta di Tarzo, dove da sempre si coltivano le uve Glera. L'ultimo arrivato della linea è il **Ville D'Arfanta Conegliano Valdobbiadene Docg Extra Brut**, destinato a chi ricerca una bevuta raffinata e più secca rispetto alle già consolidate versioni brut o extra dry. Un Prosecco Superiore dal perlage fine e persistente con profumi fruttati e floreali, un sorso di classe, sapido e fresco, adatto ad ogni social & food occasion, dona un piacevole tocco di complessità che si intreccia in armonia al basso residuo zuccherino.



Prosciutto Crudo Marco d'Oggiono, lombardo dal cuore dolce

Il **Prosciutto Crudo Marco d'Oggiono** (**www.marcodoggiono.com**) simboleggia un capolavoro gastronomico della tradizione salumiera brianzola. Riconosciuto nel 1999 dalla Regione Lombardia come prodotto tradizionale, continua a essere un emblema del gusto unico e genuino. Le cosce di suino, provenienti dalle fertili terre della Pianura Padana, sono lavorate con cura e dedizione in Alta Brianza, più precisamente ad Oggiono, in provincia di Lecco. Il metodo di produzione è rimasto inalterato nel tempo e la tradizione e la semplicità guidano ogni passo del processo: niente spezie, niente additivi, solo un tocco di sale marino.

La stagionatura, completamente naturale, sfrutta l'aria delle colline brianzole e le brezze leggere dei laghi circostanti. Questi generano un microclima unico e irripetibile, fondamentale per conferire al prosciutto il suo distintivo sapore dolce e persistente.

Dopo una paziente stagionatura, che spesso raggiunge i 20 o 30 mesi, il Prosciutto Crudo Marco d'Oggiono si svela in tutto il suo splendore, offrendo un gusto delicato e avvolgente, che persiste e seduce il palato, rappresentando un tesoro gastronomico lombardo dal cuore dolce.

Amarone - e qui si va dalla finezza di Secondo Marco al tenore più ardito di Speri, Allegrini o Tedeschi.

Per rimanere in Veneto, il fegato alla veneziana se la può giocare con un Malanotte del Piave o in generale con un Raboso, da Ca' di Rajo a Cecchetto.

In Alto Adige selvaggina con Pinot Nero o Lagrein

Salendo verso le Alpi, la carne salada del Trentino potrebbe ben accompagnarsi ad una Schiava fresca, mentre la selvaggina che spesso rende succulente le cene in Alto Adige porta a un bivio: da un lato la tensione di un Pinot Nero - da Hofstätter a Girlan - dall'altro un robusto e voluminoso Lagrein di Cantina Cortaccia.

Gli abbinamenti tra Marche, Umbria e Abruzzo

Scendendo invece verso il centro Italia il ragù dei vincisgrassi nelle Marche chiede sostegno (perché qui sgrassare urge) a un Rosso Conero di Umani Ronchi o del vibrante Cacciatore di sogni de La Calcinara, mentre l'agnello alla griglia o lo stufato di cinghiale in terra di Montefalco (siamo in Umbria) reclamano il tannino scalpitante e predominante del Sagrantino, ben domato da Antonelli e Tabarrini.

In Abruzzo gli arrosticini (e la pecora) giocano in coppia col Montepulciano, che può esser corposo e forse aggressivo, ma anche raffinato come nelle espressioni delle Colline Teramane.

Sardegna e Sicilia: piatti tipici di carne con vini isolani

Attraversando il mare, in Sicilia l'Etna riserva ottime soddisfazioni nell'affiancare i vini tesi del vulcano alla selvaggina preparata con salse e tartufo o anche semplicemente grigliate.

Mentre in Sardegna il maialetto è sicuramente un'icona della cucina. E poiché non è sempre facile da affrontare può richiedere il sostegno di un Bovale (magari in purezza) o di un Monica, anche se per chi predilige una struttura più verticale e diretta il Cannonau è sempre una garanzia - da assaggiare al femminile i vini di Antonella Corda, Mora & Memo e Su'Entu dalla Marmilla.

cod 99803

Prosciutto di Carpegna Dop

Esperienza di qualità, gusto e tradizione

Un disciplinare in vigore dal 1996 costituisce la base della rinomata Dop del Prosciutto di Carpegna. Questo documento dettagliato delinea con estrema precisione l'origine e ogni fase della produzione, dall'allevamento dei suini fino alla stagionatura.

È proprio questa scrupolosa attenzione ai dettagli che consente al Prosciutto di Carpegna Dop di garantire una qualità straordinaria e di conquistare un posto d'onore sulle tavole dei consumatori, ma anche nei cuori e nelle cucine degli chef che ne fanno la loro scelta.

Nel 2015, è stato istituito il Consorzio del Prosciutto di Carpegna Dop, con l'obiettivo primario di preservare e promuovere questo prelibato prodotto. Questa istituzione mette in evidenza, sia dal punto di vista produttivo che culturale, una tradizione che affonda le radici nel 1400 e sottolinea il suo ricco patrimonio gastronomico. Questo posiziona il Prosciutto di Carpegna Dop come un protagonista di rilevanza indiscussa nella salumeria italiana, sia a livello nazionale che internazionale.

Il percorso di selezione e lavorazione che porta il Prosciutto di Carpegna Dop sul banco dei salumieri, nelle cucine dei professionisti della ristorazione e sulle nostre tavole è caratterizzato da una serie di passaggi cruciali, ognuno dei quali è fondamentale per la qualità finale:

- **160 kg**, il peso minimo che deve avere il suino
- **10 i mesi** dei capi prima della macellazione
- **12 kg**, il peso minimo della singola coscia fresca rifilata
- **15°C e 20°C** è la temperatura in cui avviene una parte del processo di stagionatura, in un ambiente dove penetra l'aria salmastra delle colline e luce naturale
- **16, sono i mesi minimi** di stagionatura con cui viene commercializzato

Queste caratteristiche uniche lo rendono un prodotto straordinario che può essere apprezzato da solo, ma che si rivela anche un ingrediente di grande eccellenza nelle preparazioni culinarie. Le sue peculiarità organolettiche lo rendono in grado di esaltare il palato, specialmente quando è abbinato con maestria a vini di qualità. cod 99545

Consorzio Prosciutto di Carpegna Dop
0722 77521
www.consorzioprosciuttodicarpegna.it



Parmigiano Reggiano

I vantaggi di essere “ristorante certificato”

Con il progetto “Io Scelgo Parmigiano Reggiano Restaurant” il Consorzio sostiene i ristoranti che aderiscono alla rete e aiuta i consumatori a essere certi di avere il celebre formaggio sulle loro tavole

Il Parmigiano Reggiano è un prodotto unico, ma ce n’è uno per tutti i gusti: ha solo tre ingredienti (latte, sale e caglio), ma la biodiversità delle razze bovine (frisona italiana, bianca modenese, bruna, rossa reggiana), le stagionature (dai 12 agli oltre 60 mesi) e i prodotti “certificati” (dal prodotto di Montagna al Kosher, dall’Halal al Biologico) offrono gusti, sapori, sfumature ed emozioni estremamente variegati. È tutto questo a renderlo diverso dagli altri formaggi e a far sì che non sia solo un prodotto di estrema versatilità e distintività, ma un simbolo del Made in Italy in grado di conferire un tocco di carattere unico ai piatti, di figurare nei menu dei migliori chef del mondo e, al contempo, di abbinarsi con disinvoltura ai grandi vini, ai distillati d’eccellenza e, addirittura, a dolci e pesce.

La stagionatura è il segreto

Il Parmigiano Reggiano, infatti, a differenza di altri formaggi, può raggiungere stagionature elevate regalando al palato sensazioni uniche, mantenendo un equilibrio perfetto di gusti, e diventando nelle mani degli chef uno strumento per dare un inconfondibile tocco di carattere ai piatti. La stagionatura minima

è di 12 mesi (il più lungo periodo di stagionatura minima di tutti i formaggi Dop), ma è intorno ai 24 mesi che il Parmigiano Reggiano raggiunge la maturazione adatta ad esprimere le caratteristiche tipiche. Può stagionare anche oltre, fino a 36 o 48 mesi o anche di più, manifestando aromi e profumi inesplorati.

Nella stagionatura, grazie all'azione degli enzimi liberati dai batteri lattici, le proteine vengono scomposte in pezzi più piccoli, in peptidi e in amino-acidi liberi, mattoni base della catena proteica. Questa azione di scomposizione proteica (proteolisi) determina le proprietà della struttura e sensoriali del Parmigiano Reggiano e la sua alta digeribilità.



La rete di ristoranti certificati che usano il Parmigiano Reggiano

La ristorazione italiana di qualità si distingue anche per la scelta di ingredienti e per l'offerta variegata che è in grado di somministrare ai propri commensali. Queste due prerogative, qualità e conoscenza, rappresentano le motivazioni del progetto **"Io Scelgo Parmigiano Reggiano Restaurant"**, lanciato quest'anno per premiare i ristoratori che decidono di portare in tavola l'eccellenza, utilizzando il Parmigiano Reggiano per esaltare le proprie ricette.

Con questa iniziativa, il Consorzio intende costituire una rete di locali certificati, che sappiano offrire e raccontare le qualità e i diversi sentori della Dop più amata e più premiata del mondo, e che permetta, attraverso gli strumenti digitali, di indicare ai consumatori dove poter ricevere con assoluta certezza il Parmigiano Reggiano sulla propria tavola. Nei menu di questi locali selezionati, infatti, i clienti troveranno riportati il nome completo, la stagionatura (ad esempio, Parmigiano Reggiano 30 mesi) e l'eventuale biodiversità.

I vantaggi di essere un ristorante che usa il Parmigiano Reggiano

Il Consorzio intende valorizzare i locali che somministrano ai propri clienti il Parmigiano Reggiano e che lo raccontano, offrendo visibilità sui propri canali digitali (che contano oltre 900mila visitatori all'anno), l'accesso alla piattaforma ufficiale di e-shop B2B, libri, masterclass e degustazioni "Parmelier" gratuite, visite nei caseifici della zona d'origine, merchandising, targhe e tanto altro.

Non vengono richiesti né fee, né minimi di acquisto; solo passione e coerenza. È un'occasione imperdibile per distinguersi e valorizzare la qualità della propria offerta gastronomica.

Per maggiori informazioni o per richiedere l'adesione al progetto è possibile inviare una e-mail all'indirizzo **marketing@parmigianoreggiano.it**.

cod 99787

Consorzio Tutela Parmigiano Reggiano
0522 307741
www.parmigianoreggiano.com



Taleggio DOP

MORBIDO · GUSTOSO · QUADRATO

Un metodo di produzione rodato in centinaia di anni dona al Taleggio DOP le sue qualità organolettiche straordinarie e il suo gusto sapido ed equilibrato, che rendono speciale questo formaggio nato tra le prealpi orobiche

Il Taleggio DOP è un formaggio antichissimo e negli anni la sua unicità è stata consolidata da un metodo di produzione e stagionatura specifici che gli conferiscono gli aromi e le caratteristiche che lo rendono unico nel suo genere.

Il Consorzio di Tutela Taleggio, che vigila sull'autenticità del prodotto, impone che ogni forma di Taleggio DOP pesi tra 1,5 e 2,5 kg, secondo le condizioni tecniche di produzione, e abbia la forma quadrangolare, con lati di 18-20 cm e altezza variabile dai 4 ai 7 cm.

É un alimento 100% naturale: nessun additivo può essere impiegato sia durante la sua produzione, che durante la sua stagionatura. Caratterizzato dalla particolare forma squadrata e dalla crosta sottile e morbida di colore rosato, ha un sapore aromatico, con un'equilibrata sapidità.

La pasta è uniforme e compatta, più morbida sotto la crosta e a fine stagionatura, poiché la maturazione avviene dall'esterno verso l'interno (maturazione centripeta). Quello che può quindi sembrare uno strato di formaggio esterno molto grasso è in realtà un formaggio più maturo. Il colore della pasta varia da bianco a paglierino, con qualche piccolissima occhiatura.



Su una faccia piana della forma è riportato il marchio a quattro cerchi, che deve risultare ben visibile anche qualora il Taleggio sia venduto porzionato in quarti o in altre pezzature. Questo marchio è la garanzia che il formaggio è stato prodotto in piena conformità con gli standard previsti.

Il marchio riporta 3 "T" e un numero che permette di risalire al caseificio di produzione. Il Consorzio Tutela Taleggio assegna infatti a ciascun caseificio o stagionatore un numero che lo identifica univocamente.

Le caratteristiche del Taleggio DOP

Il Taleggio è un formaggio naturale e vivo, la sua maturazione prosegue infatti fino a quando viene consumato. Deve perciò essere conservato con cura per mantenere gradevoli il gusto, l'aroma e la consistenza. È opportuno avvolgerlo in un telo umido per conservare la morbidezza della crosta. È un tipico formaggio da tavola: si può gustare come secondo piatto, oppure a fine pasto; in questo caso è ottimo anche accompagnato alla frutta, come mele e pere.

Deve essere servito a temperatura ambiente, affinché sapore ed aroma siano esaltati appieno.

Il Taleggio DOP è anche un prezioso ingrediente nella preparazione di primi piatti (paste, risotti, zuppe), di secondi piatti (frittate), di insalate e anche di alcuni tipi di pizza e di crêpes.

Le sue proprietà sono molteplici e tutte legate alle qualità intrinseche del prodotto. 99592

Consorzio Tutela Taleggio
0363 30 41 64
www.taleggio.it





I valori nutrizionali del Taleggio DOP

Le proprietà nutritive risultano ottime. Dal punto di vista organolettico il Taleggio DOP è un alimento energetico, ricco di proteine, sali minerali e vitamine A e B2. La composizione dei grassi presenti nel Taleggio è equilibrata. Il rapporto tra la quantità di calcio e quella di fosforo contenuta nel Taleggio è pari a 1,32, ciò consente un eccellente assorbimento di calcio a livello intestinale e la fissazione dei sali nelle ossa. Il formaggio è inoltre caratterizzato da buona digeribilità che aumenta con l'aumentare della stagionatura.

Valori riferiti a 100g di prodotto

- **Valore energetico: Kcal 311,6 Kjoule 1291,8**
- **Proteine 19g**
- **Grassi totali 26g**
- **di cui grassi saturi 18g**
- **Carboidrati < 0,5g**
- **Zuccheri< 0,5g**
- **Sale 2,1g**







Da San Benedetto al gusto nel XXI secolo

"Il gusto del quotidiano - Lavoro e compimento di sé, da San Benedetto ad oggi", questo il titolo della mostra realizzata dal Consorzio di Tutela Grana Padano Dop in collaborazione con la Compagnia delle Opere Agroalimentare



"Ora et Labora", era questo il motto dei monaci Benedettini che, durante la loro giornata, non dovevano avere mai momenti di ozio perché stare senza far niente era considerato la causa di tutti i vizi dell'uomo. Una regola fondamentale nella storia del Medioevo che, nei secoli a venire, è diventata la forza motrice per lo sviluppo e la fede. Ma l'Ordine del Santo patrono d'Europa oltre a lasciare ai posteri un paradigma di vita, ha lasciato in eredità anche qualcosa di più concreto e terreno: il Grana Padano.

Il formaggio Dop più venduto d'Italia e da anni il più consumato nel mondo con oltre 5,2 milioni di forme all'anno, vide la prima messa a stagionare con i monaci di Chiaravalle nel 1135, attraverso un'attività da allora fondamentale per gli allevamenti padani. Un esempio quindi, quello dei Benedettini, non solo di grande civiltà spirituale e sociale, ma anche culinaria ed economica. Un'eredità culturale che il Consorzio Tutela Grana Padano, in collaborazione con la Compagnia delle Opere Agroalimentare, ha con successo riassunto nella mostra dal tema **"Il gusto del quotidiano - Lavoro e compimento di sé, da San Benedetto ad oggi"**. Dopo il debutto al Meeting di Rimini, il Consorzio Grana Padano intende, infatti, riproporla nelle principali città della zona di produzione del Grana Padano.


Stefano Berni

La mostra parte dalla storia dei benedettini e guida il visitatore a capire se oggi sia possibile vivere il lavoro all'altezza dei propri desideri e se, in una situazione planetaria e anche intima di diffusa incertezza, l'uomo possa accendere creatività e positività. Oggi attraversiamo una foresta, che la mostra evoca tra crisi climatica ed economica e frantumazione dell'Io attraverso testimonianze e indicazioni di chi risponde alle difficoltà trovando il "gusto del quotidiano" nell'amicizia, nel lavoro e in una vita ispirata dal cuore. «Sarà entusiasmante vedere come anche il Grana Padano sia un virtuoso protagonista dell'evoluzione e della civilizzazione dei territori dove viene prodotto - commenta il Direttore generale del Consorzio di Tutela, **Stefano Berni** - ne siamo orgogliosi e da anni siamo impegnati a raccontarlo».

cod 99694

Consorzio Tutela Grana Padano
030 910 9811
www.granapadano.it

Sul tagliere dei formaggi... FIORE SARDO, CASATELLA TREVIGIANA E BRA


Fiore Sardo

di ***Vincenzo D'Antonio***

Il tagliere che qui proponiamo, composto da tre formaggi Dop, è eterogeneo alquanto, sia per parte di "madre" (origine del latte), e sia per parte di "padre" (territorio di provenienza). Madre è la vacca in due casi su tre, l'altro caso è la pecora; padre è il Nord: Piemonte e Veneto in due casi su tre. L'altro, per intenderci il formaggio con la madre pecora ha per papà la Sardegna.

Fiore Sardo

Il Fiore Sardo Dop è un formaggio a pasta dura cruda, prodotto esclusivamente con latte ovino intero di pecore sarde allevate al pascolo. La zona di produzione del Fiore Sardo Dop comprende l'intero territorio della Sardegna.

Questo formaggio affonda le proprie radici in epoca antecedente la conquista romana della Sardegna. La sua origine è antichissima, risale alla civiltà nuragica. In epoca più recente il Fiore Sardo Dop fu l'unico formaggio sardo consumato nel resto d'Italia. Nel XIX secolo veniva usato in Liguria per la produzione del pesto. L'origine del nome deriva probabilmente dal fiore impresso nei recipienti a tronco di cono di legno di castagno, localmente denominarti pischeddas, utilizzati fino allo scorso secolo per la messa in forma.

Il disciplinare di produzione prevede di utilizzare solo latte fresco intero, che viene coagulato con caglio in pasta di agnello o di capretto. La cagliata, sottoposta a un'energica rottura, è lavorata a mano e posta in particolari stampi tronco conici. Al fine di rendere la crosta più resistente, viene eseguita la scottatura attraverso l'uso della scotta o dell'acqua calda; per poi proseguire con la salatura in salamoia. Segue il processo di affumicatura, che dura circa 2 settimane, e prevede l'impiego di rami freschi di arbusti tipici. Il Fiore Sardo Dop ha forma cilindrica, con il caratteristico scalzo "a groppa di mulo".

In passato, il metodo di lavorazione del Fiore Sardo Dop prevedeva l'uso di una particolare tecnica di riscaldamento del latte, che veniva immesso in recipienti di sughero e riscaldato attraverso l'introduzione di pietre preventivamente ben arroventate sul fuoco.

Casatella Trevigiana

La Casatella Trevigiana Dop è un formaggio fresco a pasta molle, ottenuto dalla caseificazione di latte intero esclusivamente di origine vaccina e proveniente dalle razze Frisona, Pezzata Rossa e Bruna, Burlina e loro incroci. La zona di produzione della Casatella Trevigiana Dop è l'intera provincia di Treviso. Le origini della Casatella Trevigiana Dop sono riconducibili all'antica tradizione dell'arte casearia domestica tramandata oralmente. Insieme alla manifattura di formaggi adatti alla stagionatura veniva fatto un formaggio molle, non cotto, a rapida maturazione e subito pronto al consumo. Tale formaggio prendeva il nome di casata o casatela, termine di origine veneta, variante di casada, ovvero formaggio preparato in casa



dalle famiglie contadine. A partire dal XVII secolo, si hanno le prime testimonianze scritte che comprovano l'esistenza della Casatella, chiamata anche formajela, per la forma particolare dovuta allo stampo cilindrico utilizzato, nell'entroterra della Repubblica Veneziana, per separare la cagliata dal siero. Intorno al 1789 le formagiele furono incluse tra i doni fatti dal Doge all'"arte dei fruttajuoli". La Casatella Trevigiana Dop è un alimento prezioso che concentra le qualità nutrizionali dei componenti del latte fresco: proteine, grassi, sali minerali, vitamine. È formaggio facilmente digeribile, particolarmente adatto a regimi dietetici ipocalorici. Essendo un formaggio fresco, il periodo di maturazione è di soli 4-8 giorni e deve avvenire in stampi all'interno di celle a 2-8°C, rivoltando le forme almeno ogni due giorni.

Sul tagliere abbiamo cura di metterlo vicino ai grissini! Squisito l'impiego con il Radicchio Rosso di Treviso Igp alla griglia e una fetta di polenta.

Bra duro

Il Bra Dop è un formaggio prodotto con latte vaccino talvolta parzialmente scremato, proveniente da bovine allevate nella provincia di Cuneo, con eventuali aggiunte di latte caprino e/o ovino. Si presenta in due tipologie: Tenero e Duro. La zona di produzione del Bra Dop ricade nell'intero territorio della provincia di Cuneo e nel comune di Villafranca Piemonte, in provincia di Torino.

Il Bra Dop deve il suo nome alla località omonima in provincia di Cuneo. In effetti Bra era in passato il luogo principale di stagionatura e smercio di questo formaggio, prodotto fin dal Trecento negli alpeggi di montagna. Il Bra un tempo costituiva uno degli alimenti base delle popolazioni alpine locali; veniva prodotto dai pastori delle Alpi detti malgari i quali in autunno scendevano con le loro mandrie dal monte al piano per svernare e in primavera ritornavano ai pascoli montani dove producevano il formaggio di montagna.


Bra Duro

Il Bra Dop Duro viene prodotto con doppia rottura della cagliata fino a ottenere granuli caseosi della dimensione media di un chicco di riso.

La stagionatura è di mimino 180 giorni per il Bra Duro. Il Bra Dop Duro ha una crosta dura e una pasta dal leggermente paglierino al giallo ocra, con un aroma gustoso e sapido.

Il Bra Dop Duro, oltre che sul tagliere viene utilizzato anche da grattugia.

Sul tagliere dei formaggi: quale abbinamento scegliere?

Quale abbinamento?

E adesso la fatidica domanda: quale vino da abbinare a questo tagliere, ovvero a questi tre squisiti formaggi Dop? Quasi a non voler far litigare i tre formaggi andremmo sul Barbaresco. Il Barbaresco, si sa, è ottenuto da uve Nebbiolo in purezza e si presenta con un colore intenso e brillante che va sfumando dal rosso rubino al granato e un bouquet stimolante di profumi ancora fruttati eppure eterei che richiamano il lampone e la confettura di frutti rossi, il geranio e la viola, ma anche il pepe verde, la cannella e la noce moscata, il fieno e il legno, la nocciola tostata, la vaniglia e perfino l'anice.

A dirla tutta, questo Barbaresco Docg va benissimo con il Bra Duro, va bene con il Fiore Sardo, ma proprio non riusciamo a vederlo abbinato alla Casatella Trevigiana. E allora questa volta facciamo un'eccezione e alla Casatella Trevigiana abbiniamo il Prosecco di Conegliano Superiore di Cartizze Spumante Doc.

cod 99839



È tempo di stupire

L'Italia, sicuramente "il paese della pasta", ma indubbiamente anche "il paese del riso", dal momento che si conferma il primo produttore di chicchi in Europa. Il riso rappresenta infatti uno tra gli alimenti più interpretati dagli chef, icona stessa dell'alta cucina Made in Italy, basti pensare ai grandi chef italiani del secondo '900, da Nino Bergese a Gualtiero Marchesi, che hanno sperimentato molto, creando veri capolavori a partire da una materia prima così semplice.



La cucina evolve e il rinnovamento e la continua tensione all'eccellenza sono requisiti richiesti anche alla produzione, che non può prescindere da una ricerca di sementi dalle caratteristiche organolettiche e qualitative sempre più ricercate. E anche in questo settore, innovare e sperimentare in nome del nuovo e del bello è la regola per emergere tra la moltitudine di proposte che il mercato offre.

Origini di Riso Vignola vanta due protagonisti d'eccezione: l'innovativo **riso Lungo A Nero Verelé** e il grande **Carnaroli Classico Biologico**. La varietà Verelé è una tipologia di riso iscritta nel Registro Varietale come "Riso lungo A", che si distingue per il pericarpo nero aromatico e profumato. Chicco lungo, semi affusolato, con perla centrale poco estesa, dente pronunciato e sezione tondeggiante. A seconda della lavorazione, il pericarpo dà origine alle varietà con cromie differenti, dal viola perlaceo al rosa delicato.

Il riso Carnaroli Classico rappresenta invece una varietà storica della risicoltura italiana, e la qualità più utilizzata per i risotti della tradizione, ma anche per ricette innovative. Si tratta di un riso superfino coltivato in biologico per garantire un processo totalmente naturale in ogni fase di lavorazione. Chicco sodo e saporito rilascia la giusta quantità di amido per risotti cremosi e perfetta tenuta in cottura. In ogni loro interpretazione i risi Origini by Vignola offrono inoltre un'altra caratteristica unica: tempi di cottura molto brevi. Altro valore che sta contribuendo al successo del riso Origini nelle migliori cucine d'Italia e del mondo. cod 99578

Riso Vignola 1880
0142 804135
www.origini.risovignola.it

Luca Rubicondo e Luca Valle Nuovi ambassador Molino Dallagiovanna

Allo storico molino di Gragnano Trebbiense si è svolta la 1ª edizione della Festa dei Granai. Nelle Bit Competitions vincono Rubicondo e Valle, eletti ambassador del brand per pasticceria e pizza

di ***Gabriele Pasca***



Luca Rubicondo

Sabato 9 settembre, nel pittoresco paesino di Gragnano Trebbiense, situato nel cuore della Wheat Valley piacentina, si è svolta la prima edizione della "**Festa dei Granai**", l'evento organizzato da Molino Dallagiovanna per mettere in luce il legame profondo tra la storica azienda e il territorio, un vero e proprio epicentro della produzione di grano tenero in Italia. La cerimonia ha visto la premiazione dei migliori agricoltori locali, distintisi nella coltivazione di quattro varietà differenti di grano. Il riconoscimento "Chicco d'Oro" è stato assegnato a quattro aziende agricole di eccellenza: Carella per il Grano Biscottiero, Chioso di Bersani per il Grano Panificabile, Ferrari Silvano e Giorgio per il Grano di Forza e Roberto Scrocchi per il Grano Taylor.

A presenziare l'evento, la famiglia Dallagiovanna, rappresentata dalla quinta generazione con i cugini Pier Luigi e Sergio e la sesta con Sabrina e Renza. Al loro fianco, due volti noti della cucina televisiva: gli chef Andrea Mainardi e Daniele Persegani, insieme a Mattia Casarin, voce di RDS 100% Grandi Successi. Anche il Maestro Iginio Massari, una delle figure più importanti nel panorama della pasticceria italiana ed internazionale, è salito sul palco per condividere, oltre al suo legame con Molino Dallagiovanna, anche la sua esperienza e la sua visione sulla cucina italiana e l'arte della pasticceria.

Focus sul territorio

L'attenzione al territorio è stata sottolineata anche dall'intervento di Valeria Fiorani, rappresentante di Piacenza Food International (PFI), una rete di cinque imprese piacentine, tutte a conduzione familiare e plurigenera-



zionali - Cantine 4 Valli, Colla, Fiorani, Molino Dallagiovanna e Salumificio San Carlo -, che si adoperano per promuovere le specialità locali sia in Italia che all'estero.

Durante la festa gli ospiti hanno potuto inoltre conoscere e degustare i prodotti offerti dalle aziende: Caffè Musetti, Capitelli, Caseificio Fratelli Castellan, D&G Patisserie, Fonte Margherita e Caseificio Valcolatte.

Non solo, la "Festa dei Granai" è stata anche teatro delle attesissime finali delle competizioni nazionali Pastry Bit Competition e Pizza Bit Competition.

Nella pasticceria trionfa Luca Rubicondo

Nella prima edizione della Pastry Bit Competition, il titolo di "**Dallagiovanna Pastry Ambassador 2024**" è stato assegnato a **Luca Rubicondo**, 37 anni, titolare della Rubicondo Pasticceri di Solarolo, in provincia di Ravenna. I 9 finalisti sono stati valutati sulla qualità del re dei lievitati, il Panettone. La giuria, capitanata dal maestro Leonardo Di Carlo, includeva esperti del settore come Marina Savoia del Gambero Rosso, Stefania Pompele di Dissapore, Alessandra Sogni di Italian Gourmet, il maestro gelatiere Antonio Mezzalira, il pastry chef Giuseppe Amato, i maestri pasticcieri Denis Dianin e Bruno Andreoletti, Davide Brighenti di Zanolli Forni e Fabio Del Sorbo di Molino Dallagiovanna.

L'arte della pizza nelle mani di Luca Valle

Nella seconda edizione della Pizza Bit Competition, il giovane pizzaiolo **Luca Valle**, 30 anni, originario di Giulianova, ha conquistato il titolo di "**Dallagiovanna Pizza Ambassador 2024**". Valle, che ha iniziato la sua gavetta nel mondo della pizza all'età di 14 anni, è ora il proprietario di "Anima Concept Pizza" a Roseto degli Abruzzi. Il suo talento, rivelatosi nella preparazione di una pizza margherita (sfida comune per tutti i partecipanti) è stato premiato da una giuria d'eccezione, capitanata dal vincitore della prima edizione Andrea Clementi e composta da Pina Sozio del Gambero Rosso, Roberta Schira del Corriere della Sera, Antonio Fucito di Garage Pizza, Massimiliano Prete, della pizzeria Gusto Divino di Saluzzo, Stefano Chieregato di Chiere - Pane Pizza a Piacenza, Ciro Coppola di Associazione Verace Pizza Napoletana e Pierfrancesco Zara di Moretti Forni. Inoltre, al termine delle premiazioni, è stata annunciata l'apertura, dal 1° ottobre, delle candidature alla terza edizione di Pizza Bit Competition. cod 99352

Molino Dallagiovanna
0523 787155
www.dallagiovanna.it



Luca Valle



Di Marco, restyling del marchio e due nuove pinse (freezer e snack)

Di Marco, azienda di spicco nel settore delle farine e dei panificati e l'ideatrice dell'originale Pinsa Romana, sta facendo un importante passo nel mondo dell'industria alimentare. L'obiettivo principale di Di Marco è portare l'autentica pinsa romana in tutto il mondo, e per farlo, ha scelto di partecipare per la prima volta ad Anuga, la principale fiera mondiale del settore, che si terrà dal 7 all'11 ottobre 2023 presso lo spazio espositivo Koelnmesse a Colonia. Questo evento rappresenta una pietra miliare per l'azienda italiana, che sta confermando la sua presenza sia a livello nazionale che internazionale, consolidando la sua crescita continua. I dati dimostrano che dopo un 2022 di successo, Di Marco sta ancora viaggiando a crescite a doppia cifra anche nel 2023.

In occasione della fiera, Di Marco ha anche annunciato il restyling completo del marchio consumer, insieme a un nuovo packaging. Questa iniziativa, pur mantenendo un legame stilistico con il passato, mira a rafforzare il valore dell'italianità e a mettere in primo piano il fondatore della pinsa, Corrado Di Marco, come testimonial dell'azienda. Una delle novità più interessanti è la confezione multilingue, ideale per il mercato estero, che sottolinea l'ambizione globale del marchio.

Ad Anuga, anteprime di prodotti eccezionali

Tra le anticipazioni di prodotti presentate in fiera, spiccano due versioni della Pinsa Romana classica. La Pinsa Romana classica Freezer, con una confezione premium, è pensata per chi non vuole mai rinunciare al suo prodotto preferito (ha una shelf life di 18 mesi!). Inoltre, c'è anche la Pinsa Romana classica Snack, più piccola della versione tradizionale e ideale per aperitivi, per grandi e piccini e per gustosi snack in compagnia, disponibile sia in versione frigo che ambient.

Alberto Di Marco, Ceo dell'azienda, ha dichiarato: «Essere presenti ad Anuga rappresenta un'opportunità grandiosa per testimoniare il nostro impegno costante nella ricerca dell'innovazione e dell'eccellenza culinaria. É un piacere presentare le ultime novità a buyer e clienti provenienti da tutto il mondo».

cod 99855

Di Marco Corrado
0774 363847
www.dimarco.it



Gluten Free ma con gusto!

Con le farine Molino Grassi

Con la miscela senza glutine 100% naturale di Molino Grassi, la pizza napoletana diventa inclusiva. Un progetto nato nel 2020 alla cui base c'è l'esaltazione di cereali minori come il miglio bruno integrale

La pizza napoletana con soli ingredienti naturali e un impasto dal gusto autentico, senza glutine? Da oggi si può, grazie alle farine "Gluten Free" di Molino Grassi. Il segreto? Lo rivela **Cristian Zaghini**, tecnico e formatore Molino Grassi: lo studio sui cereali minori che garantiscono alle persone celiache un'alimentazione priva di glutine, ma che non rinuncia alla pizza, al pane e alla focaccia della tradizione, dove fragranza e profumo la fanno da padroni.

«Si tratta di un progetto partito nel 2020 - spiega Zaghini - che racconta la storia "Gluten Free", il nuovo mix del molino parmense capace di promettere risultati fino ad ora mai raggiunti nel mondo del senza glutine - abbiamo impiegato diverso tempo per mettere a punto "Gluten Free" e oggi siamo molto soddisfatti del risultato. Volevamo una base per una "vera" napoletana, che sprigionasse lo stesso gusto e la sua più tipica e apprezzata consistenza, seppur priva di glutine. Direi che ci siamo riusciti perfettamente».

"Gluten Free" di Molino Grassi senza glutine e 100% Naturale

L'intuizione che cambierà le abitudini alimentari dei celiaci sta nell'aver totalmente eliminato da questa farina il retrogusto di "gomma bruciata" che caratterizza tanti mix senza glutine, dovuto principalmente ad amaranto, chia, saraceno.

«Questo - puntualizza Zaghini - è stato possibile studiando i cereali minori e puntando su tapioca, psyllium, riso e inulina, e soprattutto su miglio bruno integrale, qui elemento chiave». Il grande plus di questa miscela, inoltre, è il fatto di essere 100% naturale: «non usiamo farina deglutinata per creare una pseudo maglia glutinica, ma solamente prodotti del tutto naturali. È questa la sua grande rivoluzione».

"Gluten Free" Molino Grassi è ideale per pane, pizza e focaccia: «la utilizzo per la pizza alla pala, ma anche tonda, o in teglia con il 120% di acqua - conclude il tecnico di Molino Grassi - insomma è un prodotto davvero versatile. È possibile preparare la base e rigenerarla, in modo da ottimizzare il lavoro e poter offrire quel prodotto in più che soddisfa le esigenze di una fetta di clientela sempre più ampia, quella del senza glutine e senza mai rinunciare al gusto!» cod 99686

Molino Grassi
0521 662511
www.molinograssi.it



Ar.Pa, 50 anni di esperienza nella lievitazione professionale

Lavorare in un laboratorio di cucina (pasticceria, ristorante, hotel, bar o panetteria), richiede una buona dose di passione, sacrificio e pazienza. In abbinamento si richiedono anche competenza e capacità di miscelare ingredienti di qualità, per preparare piatti tradizionali e innovativi che possano incontrare il gusto degli avventori, ma anche per fare proposte in grado di orientare le scelte di chi si siederà alla nostra tavola ampliandone gli orizzonti.

Tra gli alleati più affidabili in questo settore segnaliamo Ar.pa Lieviti, azienda bolognese che da oltre 50 anni seleziona le migliori materie prime per proporre ai professionisti prodotti che facilitano le preparazioni alimentari, soprattutto per quanto riguarda gli agenti lievitanti, le creme pronte, gli zuccheri, il cacao ma anche i preparati per gelati, budini e créme caramel. Mezzo secolo abbondante di esperienza ha consentito all'azienda di creare un catalogo ricchissimo, con prodotti adatti a ogni impiego, con una particolare attenzione alle confezioni professionali da 3-5 kg e oltre, destinate ai laboratori e all'Horeca.

Nata come piccolo laboratorio artigianale alle porte di Bologna, Ar.pa Lieviti mantiene ancora oggi la cura con cui seleziona le materie prime e il particolare approccio ai suoi clienti. Per questo motivo sono stati attivati tutti i canali: dai distributori al contatto diretto con l'azienda e, ultimo arrivato, l'e-commerce. Cliccando **www.arpalieviti.shop** si entra nel mondo Ar.pa con la possibilità di scegliere il prodotto, conoscerne le caratteristiche (a proposito, sapevi che tutti i prodotti Ar.pa sono gluten free?), fare comodamente l'ordine e ricevere tutto con consegna espressa nel giro di 12 ore lavorative. Una bella comodità! cod 99631

Ar.Pa Lieviti
051 799392
www.arpalieviti.it



OTTOBRE 2023

CORRIERE DELLA SENNA

Rimini, via Macanno 32 | **FONDATA A VIENNA NEL 1927** | www.sennaitalia.it

SENNA SINCE 1927

Un ulteriore passo nello sviluppo della strategia di marketing a sfondo etico-sociale.

Il tocco perfetto che manca ai tuoi piatti è Senna sour cream.



SENNA SINCE 1927

«L' IMPEGNO PER LA SOSTENIBILITÀ»

Senna aderisce a The Planet First e Oasi della Biodiversità per la salvaguardia del pianeta.

di **L. Celli**

Tracciabilità, trasparenza e sostenibilità, così come il tema del free from e del clean label, sono elementi portanti per **SENNA** che oltre ad offrire da diversi anni, prodotti in questa direzione.
Oggi ha deciso di raccogliere anche sul fronte della salvaguardia del pianeta, attraverso l'adesione al programma **Oasi della Biodiversità**, iniziativa sottoscritta con la rete di apicultori 3Bee.
"Proteggeremo 300.000 api, ovvero l'impollinazione di 300 milioni di fiori, con il monitoraggio costante, e in tempo reale, del nostro piccolo esercito di vere "benefattrici".
Così facendo riusciremo a ridurne la moria (di cui l'uomo è il primo responsabile!) di circa il 30%.
È poco? È molto?
Per noi è solo il primo passo perché da oggi il nostro primato non sia solo rendere migliori i prodotti, ma il bene più grande che condividiamo con tutti voi: il pianeta.
E SENNA è protagonista anche di un'altra iniziativa: col progetto **The Planet First** è partner anche della **Fondazione Banco Alimentare Onlus**, l' ente impegnato nel recupero degli scarti di alimenti.
Coordinando la disponibilità degli esercenti che utilizzano referenze Senna, con la rete di mense servite da **Banco Alimentare**, il team **The Planet First** raccoglie le eccedenze messe a disposizione nella data concordata.
Tutta l' operazione verrà video - immortalata e messa in rete, per sensibilizzare il pubblico, promuovendo il valore e l'immagine del singolo esercente/donatore.
Creare informazione, sensibilizzare attraverso l'esempio, questo è l' obiettivo condiviso con **Banco Alimentare**.
E con questo spirito, l' impegno economico ed organizzativo di SENNA siamo a disposizione di tutta la rete: il supporto è quello di coglierne lo spirito diventandone promotori assieme all' azienda.

«SI FA PRESTO A DIRE ALTO OLEICO»

Perchè non tutti gli oli di girasole alto oleici sono uguali.

di **J. Gjuraj**

Nella realizzazione di un olio di semi di qualità, la ricerca e lo studio delle componenti assumono un ruolo fondamentale: in modo particolare la definizione della sua struttura molecolare. L' originale formula studiata nei laboratori SENNA di Vienna (una miscela stabilizzata e non ossidata) ha portato ad un risultato sorprendente proprio da un punto di vista molecolare: avendo più che raddoppiato il diametro delle molecole, queste aderiscono in numero certamente inferiore alla superficie del prodotto e grazie alle loro dimensioni hanno una resistenza superiore, ma soprattutto rendono possibile l' ottenimento di fritture decisamente più leggere e in - virtù del minor olio assorbito - di incomparabile qualità, e da una palabilità priva di retrogusti.
Anche ai fini dello stoccaggio e del trasporto, questa caratteristica essenziale è da considerarsi importante: la sua struttura molecolare, infatti, evita l'inglobamento di aria durante il trasporto, riducendo i livelli di perossidi e rallentando così l'ossidazione del prodotto. Tutto questo si nasconde "dietro" il nostro SENNA Top.



TOP
si compone di molecole grandi



- meno molecole sulla superficie del prodotto
- molecole grandi "durano" più a lungo
- frittura leggera
- maggiore qualità (minore olio assorbito)

Olio di GIRASOLE comune
si compone di molecole piccole



- più molecole sulla superficie del prodotto
- molecole piccole bruciano più velocemente
- frittura più pesante
- minore qualità e salubrità della frittura

THE PLANET FIRST



É un peccato il non fare niente, col pretesto che non possiamo fare tutto.

Winston Churchill



Bindi

Innovazione, coraggio e cuore fanno scuola

Bindi è da sempre considerata un marchio d'eccellenza nella pasticceria dedicata al settore Horeca. Da oltre 70 anni, infatti, l'azienda milanese è un punto di riferimento nel mondo dei consumi out of home.

Ma come è stato possibile mantenere nel tempo una leadership così consolidata? Sicuramente con prodotti di qualità che soddisfino le richieste del mercato, ma perché il gradimento resti davvero sempre alto, occorre restare al passo con i tempi.

Per farlo, bisogna avere la flessibilità di adattarsi alle esigenze di un mercato in continua evoluzione e intuire in anticipo i bisogni che potrebbero avere i propri clienti. Questo è da sempre uno dei primi obiettivi di Bindi.

La **nuova Collezione Autunno/Inverno 2023, in scena ad Host dal 13 al 17 ottobre nel polo fieristico di Rho Pero**, riassume in dieci prodotti questo approccio innovativo che ha sempre contraddistinto l'azienda dal principio. Il coraggio di rischiare e l'approccio sfidante si percepiscono subito dalla copertina di questo nuovo catalogo, dove troviamo una novità che senza dubbio rappresenta al

La **Pumpkin Cake** è composta da morbidi pan di Spagna alle carote alternati con golosa crema alla zucca, arricchita con zenzero, cannella e chiodi di garofano, decorata con una pioggia di riccioli di cioccolato bianco

meglio questa stagione appena iniziata: la **Pumpkin Cake**. Questo dessert dalla ricetta tipicamente autunnale, è una torta in pieno american style. Composta da morbido Pan di Spagna alle carote alternato con golosa crema alla zucca, arricchita con zenzero, cannella e chiodi di garofano, decorata con una pioggia di riccioli di cioccolato bianco, questa torta in edizione limitata è senza dubbio una novità per il mercato italiano, che potrebbe tuttavia rivelarsi una piacevole sorpresa, visto il fatto che molte tendenze americane, Halloween prima fra tutte, stanno prendendo sempre più piede anche nella nostra penisola.

La conoscenza del mercato statunitense, in cui Bindi è ormai presente e protagonista ormai da diversi anni e sul cui territorio ha una sede con stabilimento produttivo situato nel New Jersey, è un tassello fondamentale di questa nuova scommessa che l'azienda milanese si appresta ad affrontare per questa nuova stagione.

Le novità per l'autunno 2023

Ma l'innovazione non passa solo attraverso l'esplorazione di nuovi territori, è altrettanto cruciale sapersi consolidare in quelli dove si è già riscosso successo.

È il caso della **Venere Nera**, il nuovo gioiello di pasticceria che si aggiunge alla Bindi Collection, una linea di monoporzioni eclettica e innovativa nata nel 2020, che si distingue per le forme moderne e accattivanti e per le ricette che uniscono materie prime nobili, giochi di consistenze e sinfonie di gusto capaci di conquistare anche i palati più esigenti già dal primo assaggio. L'ultima nata, che si aggiunge ad altre sei monoporzioni di grande successo che ➜

La **Venere Nera** è una elegante cupolina ricoperta da una brillante glassa al cacao che al suo interno racchiude una gustosa crema con pasta di nocciole (ottenuta esclusivamente da Nocciola di Piemonte Igp) e al cioccolato fondente, adagiata su morbido pan di Spagna al cacao e granella croccante al cioccolato al latte. A parte, nella confezione, si trova anche un decoro dorato di cioccolato bianco che può essere utilizzato come si preferisce per impreziosire e rendere ancora più distintivo questo goloso capolavoro di pasticceria



reinterpretano in chiave moderna alcuni dei cavalli di battaglia di Bindi, si presenta come un vero e proprio gioiello di pasticceria.

Le linee pulite e geometriche della Bindi Collection stimolano grande fantasia nell'impiattamento, dando infinite possibilità in termini di decorazione. Questo filone, che favorisce un sempre maggiore livello di personalizzazione, è emerso da una esigenza dei ristoratori che Bindi ha deciso di voler soddisfare lanciando allo scorso Sigep di gennaio una linea dedicata appunto all'Ispirazione dello Chef.

Questo concept raccoglie dei prodotti pensati appositamente per dare libero sfogo alla creatività e consentire ai ristoratori di proporre nel proprio menù un fine pasto sempre diverso e unico nel suo genere.

Ma le sorprese di questa collezione non sono solo dolci. Cinque di queste novità fanno parte dei **Buoni & Pronti**, l'offerta di bakery salato che l'azienda da tanti anni propone ai suoi clienti. Perché se Bindi è diventata famosa grazie ai dolci, nel corso del suo cammino ha capito che offrire anche una scelta salata era strategico per soddisfare le esigenze sempre più variegate della sua clientela.

Ad un catalogo già ricco, si aggiungono quindi dei nuovi prodotti che completano una gamma ideale per l'operatore della ristorazione, dell'hotel e del bar, in ogni ora della giornata, offrendo il massimo del gusto e della praticità di servizio, senza sprechi.

Il **panzerotto alla diavola con mozzarella e salame piccante** e il **panzerotto all'italiana con mortadella e crema di formaggio fresco**, sono in assaggio ad Host ed affiancano **tre nuovi gusti di morbide focacce**.

Con un impasto steso a mano a doppia lievitazione, che dona il massimo del gusto e della leggerezza, la focaccia all'olio, ai pomodorini e origano e quella allo stracchino sono perfette per un cestino del pane più goloso, un aperitivo sfizioso, e perché no, per un pranzo veloce. Fondamentale per restare sempre competitivi è anche la capacità di migliorarsi sempre.

Fare bene una cosa, infatti, non significa non poterla più migliorare. Per questo il team Ricerca&Sviluppo di Bindi è sempre al lavoro con l'obiettivo, non solo di inventare nuove ricette, ma anche di rendere quelle già esistenti sempre in linea con le richieste di un mercato in continua evoluzione, adattandole a nuovi gusti, nuove materie prime disponibili o nuovi processi.

L'aggiunta della granella di pistacchio a tutti i formati di Gelato e Gran Gelato, ad esempio, è solo uno degli accorgimenti messi a punto per uno dei best sellers della gamma. La nuova ricetta rende questo prodotto ancora più goloso facendo assaporare il vero e genuino gusto del pistacchio.

La chiave di tutto, insomma, risiede



nella capacità di stare sempre in movimento. Di cimentarsi con coraggio in nuove sfide e di non dare mai per scontati i risultati ottenuti senza perdere mai di vista il cliente.

cod 99666

Bindi
02 982941
www.bindidessert.it

La dolcezza dell'inclusione Bindi e Pizzaut insieme

bindi 1946 MAESTRI DEL DESSERT

PizzAut NUTRIAMO L'INCLUSIONE

È di data recente questa bella collaborazione nata tra **Bindi** e **PizzAut**. PizzAut è un innovativo modello di inclusione sociale, i loro ristoranti sono interamente gestiti da ragazzi autistici con il supporto di alcuni neurotipici.

Con questa collaborazione, Bindi partecipa donando parte del ricavato ottenuto dalla vendita del suo **kit millefoglie**, al progetto PizzAut. In questo modo, qualunque cliente Bindi acquisterà questo prodotto per il suo locale, contribuirà a questa lodevole iniziativa. Una bella iniziativa grazie alla quale, questa icona del dessert e chi la consumerà, contribuiranno a fare del bene.

Il Kit Millefoglie è composto da quadratini di pasta sfoglia al burro e sac a poche di crema pasticcera Bindi e si aggiunge ai prodotti della famiglia dell'Ispirazione dello Chef, una categoria che offre ad ogni chef la possibilità di dare libero sfogo alla creatività componendo una proposta di alta pasticceria personalizzata e distintiva.



Guida all'Eccellen*cità* nel dessert da ristorazione

Continua la rubrica dedicata alla Carta Dolci firmata Elle & Vire Professionnel®: Gianluca Fusto, Ambasciatore del brand, propone "Ritorno ad Amalfi"

I profumi, i colori e i sapori: tutto di questo dessert agrumato firmato **Gianluca Fusto** ricorda Amalfi. Il maestro ispira con un **nuovo esempio di Eccellen*cità***, termine coniato insieme ad **Elle & Vire Professionnel®**, che racchiude in sé i tre principi da seguire per la realizzazione della Carta dessert: **Eccellenza nelle materie prime**, **Semplicità nell'esecuzione** e **Opportunità**, perché il dessert contribuisce a fatturato e marginalità.

Il cheesecake è diventato un vero e proprio classico della ristorazione contemporanea, una proposta sempre più apprezzata e che ben si presta a diverse aromatizzazioni. "**Ritorno ad Amalfi**" si presenta come un classico cheesecake, in cui il composto e la crema decorativa sono a base di limone di Amalfi. Il risultato è un dessert agrumato, ideale per concludere il pasto con una piacevole nota fresca al palato.

Ingredienti: il limone di Amalfi

Il limone è un frutto fondamentale per la pasticceria, perché il suo sapore fresco e acidulo permette di alleggerire le preparazioni. Ogni tipo di limone, poi, ha le sue caratteristiche. In particolare, il **limone di Amalfi** ha un profumo intenso, una scorza spessa che ben si presta all'utilizzo grattugiata, oltre che una polpa succosa e semidolce, contraddistinta dalla quasi assenza di semi, ideale per la spremitura.

Tecnica: la cottura del cheesecake

Per ottenere il cheesecake perfetto, è necessario **fare molta attenzione alla cottura**, perché anche 1/2°C più del necessario possono far coagulare troppo le uova presenti nel composto, rendendo sgradevole il prodotto finito. Si consiglia di non superare i 160°C e comunque fare in modo che la temperatura interna del cheesecake sia tra i 79°C e gli 82°C. Inoltre, per stabilizzare la solidificazione del dolce, è meglio utilizzare l'abbattimento positivo, che porta velocemente a +3°C il cuore di un prodotto.

Presentazione ed estetica: impiattamento veloce

Questo cheesecake permette un **servizio veloce**, perché viene preparato direttamente in stampi monoporzione a forma di fette di torta, poi decorate individualmente. Così, al momento di servire il dessert, l'impiattamento sarà più rapido, dovendo soltanto decorare a piacere: per la guarnizione Gianluca propone una salsa di limone, decori di cioccolato bianco, una fetta di arancio pelato a vivo e foglioline di menta.

Il tocco in più: Original American Cream Cheese

Original American Cream Cheese Elle & Vire Professionnel®, prodotto con la ricetta tradizionale americana del 1935, ha un gusto ricco, leggermente acidulo e sapido, ideale per conferire una firma in termini di gusto alle preparazioni, sposandosi perfettamente con le note agrumate del limone. Inoltre, con il 34% di materia grassa, conferisce struttura al composto cheesecake e permette di ridurre l'utilizzo di addensanti. cod 99704

SCOPRI LA RICETTA
"Ritorno ad Amalfi"
di Gianluca Fusto



Elle & Vire Professionnel®
www.elle-et-vire.com/it/it/pro
@elleetvirepro_it



Magistrale

La farina protagonista al Campionato mondiale del Panettone



La farina di Agugiaro & Figna, ideata insieme all'Accademia dei maestri del lievito madre, sarà l'ingrediente principe del Campionato mondiale del panettone a squadre

Alla prima edizione del Campionato mondiale del panettone a squadre, Agugiaro & Figna affianca alla sfida di promuovere l'eccellenza del panettone artigianale nel mondo, quella di renderlo speciale attraverso le sue farine, in particolare la farina Magistrale. Le tre gare di preparazione dei panettoni avranno come temi la tradizione, il cioccolato e l'innovazione e vedranno in competizione pasticcieri provenienti da diverse parti del mondo, che sfileranno alla cerimonia di apertura in programma il 9 ottobre da Eataly a Verona.

Magistrale, la farina da campioni

La farina Magistrale di Agugiaro & Figna, ideata insieme all'Accademia dei maestri del lievito madre, sarà dunque la materia prima d'eccezione, fiore all'occhiello della gamma

Le Sinfonie, dedicata alla grande tradizione artigianale della pasticceria. Ne fanno parte nove referenze di farine di grano tenero delle migliori qualità.

Nel pieno rispetto della filosofia aziendale di Agugiaro & Figna, infatti, Le Sinfonie prevede un'attenta selezione dei grani provenienti dalle migliori coltivazioni d'Italia e del mondo, selezionati per varietà, qualità delle proteine, in base alle caratteristiche organolettiche e alla qualità delle annate agrarie.

Chi vincerà il Panettone World Championship a squadre?

La giuria del Campionato mondiale del panettone a squadre sarà composta dai team manager delle nazionali e da giudici esterni che esprimeranno una valutazione in base ai lievitati prodotti, non solo per quel che riguarda il gusto ma anche l'attenzione allo spreco, il lavoro di squadra, la pulizia e la presentazione finale.

Il 14 ottobre poi, nell'ambito di Host a Milano sarà proclamato il team vincitore del primo trofeo Panettone World Championship a squadre, insieme alla consegna dei premi speciali assegnati dai presidenti di giuria. Agugiaro & Figna sostiene la manifestazione con un altro importante obiettivo per il futuro prossimo: la promozione del panettone artigianale come uno dei simboli delle eccellenze gastronomiche italiane da consumare tutto l'anno.

cod 99854

Agugiaro & Figna Molini
049 9624611
www.agugiarofigna.com.





Molino Spadoni

XLL - Extra Lunghe Lievitazioni





Molino Spadoni offre una gamma ampia e diversificata di farine dedicate al mondo della pasticceria, che consentono di realizzare una grande varietà di dolci, dai più rustici ai più moderni, sempre garantendo la massima resa ai professionisti dell'arte bianca. Grazie alla sua grande expertise, maturata in oltre un secolo di storia, e alla sua specializzazione verticale, l'azienda si afferma come punto di riferimento anche di questo settore. A fianco di farine e mix dall'uso trasversale che hanno il vantaggio di una grande versatilità d'impiego nelle cucine e nei laboratori, esistono infatti referenze dedicate alla pasticceria e, ancora più specificatamente, alla produzione di grandi lievitati.

È evidente come questo tipo di preparazioni richieda oltre a una competenza precisa di chi mette le mani in pasta, anche una materia prima di altissima qualità per poter raggiungere risultati apprezzabili in tema di gusto, lievitazione, alveolatura, sofficità e in tutti i parametri che permettono di determinare la qualità di dolci così raffinati. Una delle punte di diamante della gamma per pasticceria di Molino Spadoni è senza dubbio la "0 Panettone", una farina di grano tenero tipo 0 proposta in formato maxi, sacco da 30 kg, ideale per gli alti volumi produttivi in particolare del periodo festivo.

È un prodotto pensato per la realizzazione di grandi lievitati da ricorrenza, panettoni, pandori e colombe, ai quali garantisce, grazie alla qualità del grano selezionato e alla sua grande forza (W 370/410), una resa eccellente: questa farina è infatti il segreto nelle mani del pasticcere perché l'impasto riesca ad avere un ottimale livello di idratazione e si sviluppi a dovere nelle lunghe ore di lievitazione previste.

La Farina Professionale XLL - Extra Lunghe Lievitazioni, è una recente novità pensata per realizzare tutti gli impasti che prevedono una lunghissima lievitazione, anche oltre le 72 ore, e che quindi risulta adattissima per panettone & Co: anche in questo caso la forza unica, fino a W 400, della farina tipo 0 fa la differenza e, grazie al suo elevato contenuto di proteine, consente di mantenere un perfetto livello di idratazione che poi influenza positivamente la resa finale del dolce. È disponibile in sacchi da 5 o 25 kg per il canale professionale.

cod 99591

Molino Spadoni
0544 569056
www.molinospadoni.it




CANTINA
ALDENO
DAL 1910
TRENTODOC


CANTINA
ALDENO
TRENTODOC
ALTINUM
METODO CLASSICO
RISERVA
2011

California Prunes™
Prunes. For life.

Prugne della California

Protagoniste nella ricerca per il benessere di ossa e cuore

La ricerca conferma le proprietà positive che le Prugne della California hanno sulle ossa. California Prune Board ne promuove il consumo incentivando gli studi scientifici per valorizzarne i benefici per la salute

Ottobre è il mese dedicato alla salute e al benessere delle ossa, e il California Prune Board (CPB), rappresentante dei coltivatori e confezionatori di prugne provenienti dalla California, vuole sottolineare quanto sia importante mantenere le proprie ossa in salute attraverso una sana alimentazione. L'attenzione al cibo sano e gustoso, che può essere consumato a colazione, come spuntino o come ingrediente per pasti principali, è in costante crescita, e l'industria delle Prugne della California è in prima fila nel promuovere il profilo nutrizionale di questo alimento e nell'investire nella ricerca per valorizzarne i benefici per la salute.

Il California Prune Board ha condotto numerosi studi negli ultimi anni per esaminare la connessione tra prugne secche e la salute delle ossa. Uno dei più recenti, condotto dalla Pennsylvania State University, ha dimostrato che il consumo quotidiano di prugne secche può


Annamaria Acquaviva

preservare la densità minerale ossea (BMD) dell'anca e proteggere le donne in menopausa dall'aumento del rischio di fratture. «Le Prugne della California, ricche di vitamina K e manganese - riferisce **Annamaria Acquaviva**, dietista e nutrizionista per il California Prune Board in Italia - nutrienti che sostengono il mantenimento di ossa sane, sono anche ricche di polifenoli che agiscono come antiossidanti, contribuendo a rallentare la perdita ossea. Uno studio ha dimostrato che una porzione giornaliera di 50-100 g di Prugne della California può aiutare a mantenere la densità minerale ossea, riducendo il rischio di fratture osteoporotiche. Gli effetti positivi sono stati riscontrati anche in uomini osteopenici, dimostrando l'ampio potenziale benefico di questo superfood sulla salute delle ossa».

Lo studio della Pennsylvania State University rappresenta un passo importante nella ricerca, evidenziando come le prugne secche possano essere una soluzione alimentare per proteggere la salute delle ossa.

Inoltre, due nuovi studi presentati alla American Society of Nutrition hanno evidenziato che il consumo quotidiano di prugne secche ha effetti promettenti su diversi biomarcatori legati alla salute cardiovascolare.

Impegno decennale a supporto della ricerca

«Siamo entusiasti di rinnovare il nostro impegno decennale nel supportare la ricerca scientifica sulle caratteristiche nutrizionali benefiche delle Prugne della California - sottolinea **Esther-Ritson Elliott**, direttrice di international marketing & communications del California Prune Board - il nostro obiettivo principale è aumentare la consapevolezza dei consumatori sui numerosi benefici nutrizionali legati al consumo regolare di Prugne della California, tra cui quelli per la salute delle ossa, del cuore e dell'intestino. Collaboriamo da sempre con chef ed esperti in Europa per creare ricette che sfruttino le eccellenti qualità nutrizionali di questo alimento».



Esther-Ritson Elliott

Uno spuntino salutare, nutriente e sempre accessibile

Le Prugne della California sono apprezzate in tutto il mondo, sempre disponibili, non necessitano di refrigerazione e rappresentano uno spuntino accessibile e nutriente per il benessere generale a tutte le età.

Oltre ai numerosi benefici per la salute, le Prugne della California, grazie alla loro qualità premium e al loro gusto inconfondibile senza zuccheri aggiunti, sono un ingrediente estremamente versatile e ideale per una varietà di ricette, sia dolci che salate. cod 99682

Per informazioni:

www.californiaprunes.net/it/



Cipolla Rossa di Tropea Calabria Igp

Il cibo che diventa turismo e il successo di Tropea Experience lo conferma



Un autentico successo. L'edizione 2023 de La Tropea Experience, che ha visto in copertina uno degli ingredienti più iconici del nostro paese, è stata un trionfo. Un festival dove il prodotto d'eccellenza del Belpaese è stato raccontato attraverso le autentiche impressioni di alcuni dei suoi protagonisti tra cui chef, giornalisti ed esperti del settore, che hanno poi contribuito a rendere grande l'evento. E tutti concordano su un punto:

non si può parlare del prodotto senza menzionare la sua terra d'origine e viceversa. Questo territorio è indissolubilmente legato al suo paniere agroalimentare, in cui la Cipolla Rossa di Tropea è, senza dubbio, l'elemento trainante.


Daniele Cipollina

La Cipolla Rossa di Tropea è un prodotto che rappresenta un polo turistico

«Km Italia, il valore della Cipolla Rossa di Tropea sta proprio qui: tutti i più grandi chef la utilizzano nei loro piatti. È un prodotto democratico. Non si prende la scena, ma riesce a creare equilibrio tra sapori ed ingredienti» parola di uno chef del calibro di **Igles Corelli**, che ha voluto omaggiare il prodotto d'eccellenza dello Stivale con delle dichiarazioni d'amore. Così come quelle spese dal direttore di Italia a Tavola, **Alberto Lupini**, che ha definito la Cipolla Rossa di Tropea come «l'unico prodotto della terra, oltre l'uva ed il vino, capace di attirare attenzione attorno a sé e di rappresentare un polo turistico». E da **Roberta Schira**, giornalista del Corriere della Sera: «È bello, utile ed indispensabile per un giornalista andare sul posto per assaggiare un prodotto e conoscere il contesto ed il territorio».

Inoltre, la Cipolla Rossa di Tropea è stata indicata come «prodotto immediatamente riconoscibile ovunque e che si ricollega con questo territorio bellissimo. È un connubio importante per quelli che sono oggi i desiderata dei turisti sia nazionali che internazionali - ha detto **Roberta Garibaldi**, presidente dell'Associazione Italiana Turismo Enogastronomico. Al vertice degli interessi di tutti gli europei c'è la voglia di vivere gli spazi aperti e le esperienze enogastronomiche. E tutto questo è presente a Tropea». Dietro ad ogni singolo momento della tre giorni, infine, come è stato sottolineato ➔



Giovanni Macrì



dal presidente del Consorzio della Cipolla Rossa di Tropea Igp **Giuseppe Laria**, e dal direttore marketing **Daniele Cipollina**, c'è stato un grande lavoro di squadra promosso con l'amministrazione comunale guidata dal sindaco **Giovanni Macrì** e che ha coinvolto diversi attori.

Inoltre, sono state partner dell'evento anche Gal Terre Vibonesi, il Flag dello Stretto, le distillerie Caffo con il Vecchio Amaro del Capo, il Consorzio del Fico di Cosenza Dop, Cosentino Professional, Birra Cala, Main Solution ed il Voi Tropea Essentia, Associazione Albergatori Tropea As.Al.T, AssCom Tropea, Vegitalia S.P.A, Goeldlin Collection, Marpesca Group Srl, Michele Affidato Orafo, Molini Riggi, il Frantoio Badia, Rubbettino Editore, la Lega Navale Italiana di Tropea, Smart Network Group, l'Associazione Italiana Nutrizionisti in Cucina - Ainc, l'Istituto d'Istruzione Superiore Tropea, Roka Produzioni, Calabria News 24 ed Enjoy Calabria. cod 99806



Federico Fusca

Gli anelli più preziosi di Calabria Un forziere di tradizione



252 pagine piene zeppe di sfumature e declinazioni di quello che a tutti gli effetti è già da tempo l'elemento cardine della Dieta Mediterranea e che oggi si è trasformato in un ingrediente irrinunciabile anche per le ricette degli chef gourmet e per quelli che, invece, seguono il mantra della tradizione: in Calabria e nel resto del mondo. Parliamo della Cipolla Rossa di Tropea Igp che è la protagonista unica e trainante de **Gli Anelli più preziosi di Calabria**, una raccolta culinaria e allo stesso tempo una vastissima proposta enogastronomica, racchiusa in un'opera edita da Rubbettino, nata dall'idea del Consorzio di tutela del prezioso bulbo oblungo, presieduto da **Giuseppe Laria**, e concretizzata grazie al coordinamento editoriale di **Daniele Cipollina** e dello studio Adv Maiora.

Gli Anelli più preziosi di Calabria (presentato nel corso dell'ultima edizione de La Tropea Experience) racconta di un ortaggio che per tradizione, però, non è solo un ortaggio. Non a caso una sezione del libro è totalmente dedicata alle declinazioni di salute, corretta alimentazione, prevenzione, ma anche di una serie infinita di utilizzi a cui si presta la preziosa cipolla tropeana.

Ma la vera novità de Gli Anelli più preziosi di Calabria sta nell'aver messo insieme i Signori dei fuochi italiani riunendoli tutti attorno ad una tolkieniana tavola del gusto. Un vero e proprio prontuario di cucina che mette insieme 17 tra i più importanti chef nazionali e le loro ricette, tutte a base di Cipolla Rossa. Da Gaetano Alia a Massimo Olivadoti, da Simone Cantafio a Igles Corelli, da Paolo Dodaro ad Antonino Esposito, da Luigi Ferraro ad Antonio Franzè, da Vincenzo Grisolia a Francesca Manis, da Luigi Quintieri a Giuseppe Romano, da Andrea Ruisi ad Antonio Torchia, da Pierluigi Vacca ad Ercole Villirillo. E poi, ciliegina sulla torta, Enzo Barbieri, ambasciatore della cucina calabrese che ripercorrendo le orme della tradizione culinaria verace e integralista del territorio ha dato il meglio di sé anche in questo nuovo prodotto editoriale. Insomma, 252 pagine goduriose in un viaggio lungo più di tremila anni all'interno di un pezzo di storia agroalimentare calabrese che rimane immutato nella sua bontà e semplicità, dai Fenici a noi.

Il tartufo bianco più bello d'Italia quest'anno si raccoglierà nelle Marche, sui Monti Sibillini



di ***Giuseppe Cristini***

I millimetri di pioggia caduti a maggio, giugno e luglio, supportati dalle brevi piogge estive e da alcune grandinate, hanno fornito al sottosuolo un serbatoio di umidità che ritroveremo utile nella fioritura dei tartufi.

Ma è sempre il terroir che decide e sicuramente quest'anno nelle Marche ed nella zona dei Sibillini farà la differenza perché è lì che i parametri che vegetano il tartufo si sono esaltati, tali da farci capire l'andamento della stagione tartufigena. Quest'anno avremo sicuramente soddisfazioni particolari, con un grande livello di profumi e di sensorialità dei tartufi, ma anche pepite di grandi caratura, che potranno stupirci con colpi di coda in positivo anche verso Natale e i primi di gennaio.

Se come appare dai nostri dati accademici El Nino, con le sue correnti e temperature ci ha riportato nella giusta rotta e nella giusta dimensione, sicuramente anche il prossimo anno e quello successivo, se certi parametri verranno rispettati, credo che avremo i prossimi 2 o 3 anni di forte presenza del tuber magnatum come ai vecchi tempi.

I numerosi Maestri del tartufo e i cavatori che abbiamo interpellato in giro per l'Italia manifestano un deciso ottimismo supportato da dati scientifici di grande impatto. In particolare il Maestro del tartufo Pino Crestini di Sestino che ha un po' in mano i dati dell'andamento stagionale climatico e i parametri del tartufo ci ha sussurrato il suo ottimismo.

Anche il vento ha un ruolo particolare, se durante l'estate il vento caldo è deleterio e nocivo e può asciugare precocemente il terreno togliendo quella umidità utile alla formazione del tartufo, il venticello invernale invece incanala quell'alito e quell'effluvio garbato di profumi del tartufo che arriva all'olfatto del cane quando cerca la pepita.

Nei momenti giusti il sole sa equilibrare le piogge appena cadute e il binomio sole-pioggia è strategico: perché le piogge con cadenza quindicinale, se poi arriva il sole, tutto il contesto si esprime con una maturazione ideale del micelio e quindi del carpoforo.

E così vogliamo svelare vicino a quali piante possiamo cercare il tartufo e dove si crea la giusta simbiosi. Andiamo a cercare il nocciolo e il salice per il nord Italia, ma per il centro-sud affidiamoci alla roverella che è la pianta per eccellenza da prediligere.

cod 99181

Visita:

www.accademiadeltartufonelmondo.it



ITALIA E GIAPPONE UNITE NEL SEGNO DEL TARTUFO E DEL SAKÈ

Durante l'incontro internazionale di Roma svolto alla Cia, sono stati evidenziati gli aspetti di grande complicità, di grandi amicizia e di grande lungimiranza tra Italia e Giappone in un patto di buongusto che è stato cementato anche dalla creazione ricetta dell'amicizia tra i due popoli, grazie a due grandi pilastri della cucina: il tartufo e il sakè.

Se il tartufo è un cibo per sognatori il sake è un elisir di lunga vita, così è stato dichiarato in apertura di convegno alla presenza di **Satoshi Susuki**, Ambasciatore del Giappone in Italia, e del Sottosegretario agli Affari Esteri **Maria Tripodi**.

Grande ed autorevole tessitore di questa giornata è stato **Daniele Di Santo**, Presidente della Japan Italy Economic Federation, che con una splendida e strepitosa organizzazione è riuscito a creare questo concetto connubio che guarda lontano e guarda al futuro in un patto di buongusto tra Italia e Giappone che strizza l'occhio già venti mesi prima al prossimo Expo di Osaka 2025. Queste le sue dichiarazioni: «un'iniziativa nata per unire persone e culture in un connubio straordinario che favorirà l'integrazione della ristorazione giapponese in Italia e quella italiana in Giappone e la promozione degli scambi commerciali dei prodotti agroalimentari, ma anche e soprattutto nell'indicare un nuovo modo di promuovere le nostre eccellenze e tutelare la vera italianità, grazie alla contaminazione, alla sinergia e alla combinazione tra cultura, territorio e prodotto». cod 99533

LA BATTUTA DI FASSONA AL PENACIO: UN CAPOLAVORO CON CUORE DI TARTUFO

Al ristorante Penacio Antica Osteria di Arcugnano (Vi), abbiamo fatto una scoperta culinaria degna di nota. Lo chef Roberto Mattiello ci ha deliziato con una battuta di fassona al coltello, arricchita da un'armoniosa combinazione di ingredienti: cuore di tartufo, uovo e acciuga. Questa preparazione si distingue nettamente da qualsiasi altra battuta di fassona, come spiega lo stesso Roberto: «Questa ricetta è un vero capolavoro, con l'aggiunta garbata di capperi, acciughe e il cuore di tartufo. In cima al tutto, un uovo cotto al burro e generose scaglie di tartufo nero estivo. Sapidità, morbidezza e consistenze si fondono in un'unica esperienza gustativa straordinaria». cod 98265



I CANONICI DI BARBARANO VICENTINO: CUSTODE DELLA TRADIZIONE DEL TARTUFO

Nel pittoresco centro di Barbarano Vicentino, il Ristorante I Canonici è diventato, nel corso degli anni, un luogo di riferimento per gli amanti del tartufo nella provincia di Vicenza. Con la sua atmosfera raffinata e luminosa, il locale offre ai suoi ospiti l'opportunità di immergersi nella tradizione culinaria veneta. Il merito di questa eccellenza culinaria è da attribuire al costante impegno e al sacrificio di Chef Stefania Mattiello e di suo figlio Manuel Battagello. Grazie a loro, I Canonici è diventato un indirizzo per la gastronomia di alta qualità, senza però escludere nessuno dalla possibilità di gustare le prelibatezze del tartufo. L'intensità dei sapori, i profumi avvolgenti e i colori vivaci sono caratteristiche intrinseche delle creazioni culinarie de I Canonici. L'ambiente in cui si svolge questa esperienza culinaria è un vero scrigno di accoglienza e piacere per i sensi. Il tartufo dei Colli Berici e, più in generale, quello veneto, sono tesori gastronomici da scoprire in qualsiasi momento dell'anno e Stefania racconta la tradizione culinaria veneta e la maestosità del tartufo. cod 99181



Angelo Cassavia e Vincenzo Iannucci



Molini Pivetti e Sarni insieme
In aree di servizio e centri commerciali

Una collaborazione di lunga data che oggi include in un nuovo progetto anche le farine 100% italiane di Molini Pivetti, con l'obiettivo di valorizzare i prodotti italiani

Sarni, azienda di primo piano nel settore della ristorazione nelle aree di servizio e nei centri commerciali, collabora da diversi anni con Molini Pivetti, di cui utilizza le farine per creare impasti per pizza e pani da servire alla propria clientela. Impasti artigianali, dall'impasto tipo biga al panino sfornato al momento. Fondata in Puglia nel 1955 oggi è guidata dai cinque fratelli Sarni: Alessandro, Antonio, Nicola, Teodoro e Carmine. Il marchio Sarni è presente in 140 tra aree di servizio e centri commerciali.

«La nostra partnership con Molini Pivetti - spiega **Angelo Cassavia**, coordinatore ristorazione Gruppo Sarni settore pizzeria - oggi include un nuovo progetto per lo sviluppo ad hoc di prodotti, inserendo anche farine 100% italiane dell'azienda molitoria. Vogliamo valorizzare i prodotti italiani e Molini Pivetti ci assicura questa garanzia».

«Le nostre pizze - sottolinea Cassavia - si caratterizzano per l'assoluta digeribilità. I nostri impasti arrivano al 70% di idratazione nel settore aree di servizio e al 73-74% nei centri commerciali. Il nostro rapporto con Molini Pivetti contempla le specialità pizza, i calzoni e i panini fatti con l'impasto artigianale della pizza; per esempio quelli con il wurstel e con la cotoletta. Con le farine di Molini Pivetti realizziamo circa 1milione e 200 prodotti all'anno. Da maggio a settembre sforniamo e vendiamo 800 mila pizze. La nostra proposta prevede pizza alla pala e tonda».

«In questa collaborazione più articolata con Molini Pivetti - puntualizza Cassavia - le figure dei maestri **Vincenzo Iannucci** e di **Federico Perrone** sono stati di grande supporto in questo progetto».

cod 99678

Per informazioni:
www.sarniristorazione.it
www.molinipivetti.it







FOODY

MERCATO AGROALIMENTARE MILANO

Punto di riferimento
per l'intera filiera agroalimentare

Foody Mercato Agroalimentare Milano è una delle maggiori realtà in Italia per il commercio all'ingrosso dei prodotti agroalimentari freschi: costituito da 4 mercati - Ortofrutticolo Ittico, Floricolo e Carni - conta 156 grossisti e 76 produttori agricoli locali; ogni anno vengono commercializzai oltre 8 ml di quintali di prodotti con circa 200.000 tonnellate di frutta e verdura che varcano i confini italiani.

Foody ricopre una funzione essenziale: nella corretta formazione dei prezzi all'ingrosso; nella valorizzazione della produzione locale; nella garanzia della qualità dei prodotti; nella tutela della sicurezza alimentare; nelle attività di import di prodotti da tutto il Mondo e nello sviluppo della esportazione delle produzioni italiane di qualità in ambito UE ed Extra UE. Per quanto riguarda i prodotti ittici, Foody ha creato un marchio di qualità e sicurezza alimentare riconosciuto in tutta Italia per veicolare i valori di qualità e sicurezza alimentare che contraddistinguono il mercato ittico di Milano.

Inoltre da Foody Mercato Agroalimentare Milano è in corso un processo di sviluppo che ha l'obiettivo di trasformare il Mercato nel primo city hub agroalimentare italiano, al pari dei maggiori mercati all'ingrosso europei. Questo progetto progressivo investirà in servizi innovativi per operatori e consumatori, puntando su qualità, sicurezza alimentare, sostenibilità ambientale e innovazione.

Il Mercato Agroalimentare di Milano si trova in Via Cesare Lombroso 54, in una posizione strategica e a breve distanza dal centro e dai principali snodi della città.

Aperto dal lunedì al sabato in orari dedicati per ciascuna categoria merceologica. cod 99541

Per dettagli e informazioni:
www.foodymilano.it

Foody Mercato Agroalimentare Milano
02 550051
www.foodymilano.it

NUOVA QUALITÀ

UNA NUOVA QUALITÀ
PER LE SFIDE DI OGNI CUCINA

Barilla Selezione Oro Chef: elevata resistenza in cottura, grazie alla combinazione di una migliorata miscela di semole di grani duri e numerosi formati di pasta, ora più spessi. Per offrire una pasta ancora più corposa. Studiata per tutti gli usi professionali ed ottimizzata per la doppia cottura.

Scopri di più su:
www.barillaforprofessionals.it
Numero Verde 800 388 288





DAL 1877
Barilla®
FOR
PROFESSIONALS
SELEZIONE ORO CHEF



FOR
PROFESSIONALS
SELEZIONE ORO CHEF

SCOPRI LE NUOVE CARATTERISTICHE



UNA NUOVA MISCELA DI GRANO DURO DI QUALITÀ

Grano duro selezionato, a elevato contenuto di proteine, miscelato per ottenere i migliori risultati:

- Quantità di proteine (14%): per una consistenza robusta e un'elevata elasticità.
- Qualità delle proteine: glutine di alta qualità per migliorare la consistenza e conservare l'amido durante la cottura.
- Colore intenso giallo-ambrato: per un aspetto estremamente invitante.

DESIGN UNICO

I formati di pasta sono stati perfezionati: ora più spessi, resistono meglio agli stress della cottura e regalano un'esperienza gastronomica corposa: Selezione Oro Chef non scuoce, non si incolla e non si rompe.

I formati lunghi sono stati ottimizzati per resistere alla doppia cottura e non sfaldarsi.



Fusilli 98 attuali
Aletta: 1,12 mm
Nodo: 1,12 mm

Spaghetti 5 attuali
Spessore 1,79 mm



Fusilli 98 nuovi
Aletta: 1,45 mm
Nodo: 1,11 mm

Spaghetti 5 nuovi
Spessore 1,85 mm

VERSATILITÀ

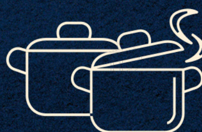
Una pasta con alte prestazioni di cottura e disponibile in svariati formati tra lunga, corta e specialità regionali. La Nuova Selezione Oro Chef è l'alleata ideale di ogni cucina.

- Prestazione superiore nella doppia cottura • Ottima scelta per la cottura espressa
- Ideale per le consegne a domicilio



COTTURA ESPRESSA

Affidabile
dal primo all'ultimo piatto



DOPPIA COTTURA

Permette di risparmiare
tempo e lavoro



CONSEGNE A DOMICILIO

Al dente
anche dopo 30 minuti

L'esclusivo Punta Negra Hotel ha migliorato la propria dotazione di spazi grazie alle innovative pergole bioclimatiche di Gibus, migliorando le condizioni di comfort all'esterno e diversificando la proposta della propria struttura



Reinventare l'outdoor con le pergole bioclimatiche Gibus

Una piccola spiaggia di sabbia dorata, perfettamente esposta a meridione e protetta da scogli su entrambe le rive; un vero angolo di paradiso in cui, sotto l'immensità del cielo, la sabbia finissima e impalpabile digrada verso acque da sogno, turchesi e cristalline: Punta Negra è tutto questo e, anche, qualcosa di più.

Non lasciatevi ingannare dal nome, che designa il colore delle rocce di questo tratto di costa: siamo in Sardegna, a Fertilia, rivolti verso la splendida rada di Alghero.

Proprio in questo suggestivo contesto, immerso nella nicchia ecologica unica nel suo genere del Parco Naturale di Porto Conte - Capo Caccia, sorge la candida costruzione del Punta Negra Hotel. In perfetto dialogo con lo scenario naturale mozzafiato circostante, l'albergo presenta un'armoniosa struttura architettonica, i cui volumi non superano le cime degli splendidi pini marittimi del luogo, ed è stato eletto come hotel ideale per le vacanze da ospiti provenienti da ogni parte del mondo.

Nelle calde estati luminose, al Punta Negra la vita si svolge prevalentemente all'aperto, a diretto contatto con sole e mare, ma, da qualche mese, quando sentono il bisogno di un po' di ombra, i clienti possono godere della magnifica vista sulla baia riparandosi sotto un esclusivo pergolato, impreziosito dalle più avanzate tecnologie.

Francesco Masia, direttore del prestigioso hotel, ne è entusiasta: «Magico è l'unico aggettivo che può definire lo spazio creato dalle pergole Gibus in questo contesto panoramico. Da tempo, volevamo realizzare una struttura fissa per valorizzare l'area esterna all'albergo, ma la posizione troppo vicina al litorale rendeva impossibile ottenere i permessi necessari. L'installazione delle pergole bioclimatiche - che per le norme urbanistiche non comportano alcun aumento della volumetria costruita - ha offerto la soluzione che stavamo cercando».

Contraddistinte da un design pulito ed essenziale, in grado di esaltare ulteriormente la straordinaria bellezza di questo tratto di costa, le nuove pergole Twist, sviluppate e realizzate da Gibus, sono molto gradite da persone di tutte le età.

«Rispetto a una copertura fissa, la funzionalità delle pergole bioclimatiche è addirittura superiore e ci permette di sfruttare al meglio la lunga stagione di accoglienza concessa dalla mitezza del clima, a ogni ora del giorno e della sera, variando l'esposizione al sole e al vento a seconda delle condizioni atmosferiche e dei desideri dei nostri clienti, nonché consentendo loro di fruire degli spazi outdoor anche in caso di pioggia. In aggiunta alla normale attività alberghiera, le pergole consentono in più anche di ospitare eventi all'aperto che stanno riscuotendo un crescente successo». Durante la scorsa estate, la disponibilità di un ampio spazio di mediazione fra interno ed esterno ha costituito un'importante opportunità per il Punta Negra Hotel che, in tutta sicurezza, ha potuto accogliere i propri ospiti in un'area outdoor confortevole e suggestiva.

Pergola bioclimatica Twist: adatta gli spazi esterni al tuo gusto

Twist è una pergola bioclimatica versatile e dal forte impatto visivo, ideata da Gibus nelle versioni a isola o addossata per rendere piacevoli e confortevoli le attività e il relax outdoor. Contraddistinta da una solida struttura in alluminio estruso verniciato a polveri, questa pergola presenta un'innovativa copertura a lame orientabili, perfetta per ottimizzare il microclima della sottostante area: ruotando da 0 a 120°, tali lame consentono infatti di gestire il flusso d'aria e la luce diretta, nonché di proteggersi in caso di pioggia.

Dotata di una serie di tecnologie brevettate, Twist permette un'immersione totale nella natura ed offre interessanti opportunità, soprattutto in contesti dedicati all'ospitalità e alla ristorazione, anche grazie all'avanzato concept modulare che consente la libera combinazione di singole pergole Twist, a seconda delle necessità. cod 99689

Gibus
049 8015392
www.gibus.com









Alfa Forni

I forni per pizza diventano sostenibili, versatili e tecnologici

Per fare la pizza a regola d'arte il forno è fondamentale. Così Alfa Forni, azienda made in Italy fondata nel 1977, presenta a **Host 2023 (FieraMilano 13-17 ottobre, padiglione 3P, stand H47 L48)**, una gamma di forni professionali per pizza totalmente rinnovata sia nella tecnologia, sia nel design. L'obiettivo del restyling completo della gamma Alfa punta sulla versatilità globale dei forni per il mondo pizza, assicurando elementi fondamentali come bassi consumi energetici, dimensioni ottimali anche in spazi ridotti, design accattivante e innovazioni tecnologiche capaci di ridurre drasticamente il calore disperso dalla bocca del forno rendendo il lavoro del pizzaiolo più confortevole.

«Nel settore professionale e, più in generale, nel mondo Horeca, abbiamo puntato su nuovi modelli di forni versatili, a basso consumo energetico, che non richiedono lavori di muratura per l'installazione e sono adattabili anche in spazi limitati - spiega **Sara Lauro**, executive committee e partner di Alfa Forni - Caratteristiche che ci hanno permesso di essere vincenti sui mercati internazionali».

Alfa, forni perfetti per clienti diversi

L'ampliamento di gamma offre soluzioni per diversi tipologie di clienti che vanno dai prodotti tradizionali a legna a quelli elettrici e a gas: dal forno "Napoli", disponibile in diverse dimensioni e adatto e alle più svariate esigenze delle pizzerie al forno elettrico napoletano "Zeno", che raggiunge 500 gradi e non ha l'obbligo della canna fumaria, fino ai prodotti compatti della serie "Quick" che sono leggeri e si prestano al meglio per tutte le attività; per chi vuole aggiungere un forno dedicato al gluten free alla propria pizzeria; al food truck e al catering, oppure per le pizzerie che necessitano di un forno performante a alta produzione, ma con un ingombro e un peso inferiore rispetto alla categoria.



L'innovazione nel calore

Alla base della ricerca e sviluppo dei forni Alfa c'è l'innovazione tecnologica. Il nuovo e rivoluzionario sistema "double flue system" ricicla e ottimizza parte del calore disperso dalla bocca del forno riutilizzandolo all'interno, con un abbattimento del 20% del calore disperso. Minori consumi e grandi performance con la nuova versione del forno elettrico napoletano "Zeno" grazie alla gestione e misurazione delle tre zone di temperatura interne: cielo, platea e boccaforno. cod 99709

Alfa Forni
0775 7821
www.alfaforni.com



Abbattitori SkyLine Chill^{S}

Sicurezza, risparmio e produttività

I nuovi abbattitori professionali SkyLine di Electrolux Professional consentono di organizzare al meglio il tempo, aumentando la produttività della cucina e la sicurezza del cliente

L'abbattitore rapido di temperatura, conosciuto anche come *Blast Chiller*, è uno strumento essenziale che non può mancare in ogni cucina professionale che si rispetti. Questa tecnologia, che aiuta a mantenere il gusto, la consistenza e il valore nutrizionale dei piatti, è progettata specificatamente per raffreddare grandi quantità di cibo in modo rapido ed efficace in un ambiente a temperatura controllata.

Gli abbattitori di Electrolux Professional prevedono cicli di raffreddamento rapido a +3°C e di congelamento rapido fino a -18°C al cuore. Con i modelli top di gamma **SkyLine Chill^{S}**, queste apparecchiature diventano multifunzionali, permettendo all'operatore di avere a disposizione molteplici tipologie di lavoro: dallo scongelamento rapido alla lievitazione, fino alla fermalievitazione, unitamente a cicli speciali per la lavorazione del cioccolato e del gelato, nonché per il trattamento del pesce crudo.

Quando si sceglie un abbattitore di temperatura devono essere valutati fattori come la capacità, le dimensioni e le rese in Kg per ciclo. «Come Electrolux Professional offriamo un'ampia gamma di prodotti che possono essere selezionati in base alle esigenze individuali, garantendo che i nostri clienti riescano a sfruttare appieno il proprio investimento», afferma **Andrea Grandi**, country category manager Electrolux Professional Italia, che aggiunge: «ad installazione avvenuta, supportiamo gli utenti ad ottimizzare i processi e rendere più sostenibile il lavoro in cucina, limitando ogni tipo di spreco». Assodato che questo sistema di lavoro sia pensato per programmare la propria produzione su base settimanale, va da sé che scegliere un Blast Chiller con basse rese può diventare addirittura controproducente. È quindi essenziale rivolgersi ad un esperto che possa valutare insieme al cliente la soluzione più adatta.

cod 99651

Electrolux Professional
0434 3801
www.electroluxprofessional.com

Atom W Eureka 1920

Il macinacaffe con sistema di pesa, performante e antispreco



Prodotto dal marchio di riferimento dell'azienda fiorentina Conti Valerio Srl, garantisce una precisione della dose estrema, riducendo gli sprechi di caffè e il numero di operazioni del barista

Atom W è l'ultimo macinacaffè prodotto da Eureka 1920, marchio di riferimento dell'azienda fiorentina Conti Valerio Srl, dotato dell'innovativo sistema di pesa "by Eureka".

Disponibile nelle versioni con macine piane da 65 e 75 mm, Atom W è il macinacaffè perfetto per chi vuole la massima precisione della dose, senza rinunciare a un prodotto altamente performante (capace di macinare 6 grammi al secondo nella versione 75 mm).

Dose perfetta e zero sprechi di caffè con Instant Grinding Weighing

Grazie alla nuovissima tecnologia Instant Grinding Weighing, Atom W garantisce una precisione della dose estrema, riducendo gli sprechi di caffè e il numero di operazioni del barista.

Tale tecnologia, già sperimentata da Eureka con il Mignon "Libra" (presentato al WoC di Milano 2022) nel segmento dedicato allo specialista domestico, è finalmente approdata nella gamma Atom, in cui sono preponderanti le prestazioni, la silenziosità e la facilità di utilizzo legata al display touch di nuova generazione.

Atom W, macinacaffè compatto e silenzioso

Con appena 180 mm di larghezza, il macinacaffè coniuga compattezza e silenziosità (inferiore a 60 decibel) a materiali estremamente solidi e robusti, pensati per i consumi intensivi di bar e caffetterie.

Conti Valerio, macinacaffè dal 1920

La Conti Valerio Srl, fondata nel 1920, è leader nel settore dei macinacaffè ed ha registrato nel 2022 un fatturato di quasi 60 milioni di euro, il quale è sostanzialmente triplicato negli ultimi 5 anni. La crescita vertiginosa è il frutto di importanti investimenti in ricerca, di una politica di integrazione della filiera (tra cui la recente acquisizione di Italmill, azienda leader nelle macine di precisione) e di un approccio commerciale volto a concretizzare lo slogan "Your Coffee Experience" attraverso un'offerta onnicomprensiva, attenta alle più recenti esigenze del mercato.

Gli ultimi sviluppi di tale processo di crescita aziendale saranno presentati al grande pubblico durante la fiera Host a FieraMilano, dal 13 al 17 ottobre. cod 99797

Eureka 1920
055 4200011
www.eureka.co.it

AMBRANERA

Birra Imperdibile
Guida alle Birre d'Italia 2023
Slow Food

1ª Classificata
Categoria 21 (Porter, Stout)
Associazione Unionbirrai
Birra dell'Anno 2022

Birra Imperdibile
Guida alle Birre d'Italia 2021
Slow Food

Medaglia d'oro
Categoria 5.4 Stout/Porter (Oatmeal Stout)
Brussels Beer Challenge 2019

Medaglia di bronzo
Categoria 41 (Stout)
European Beer Star 2019

2ª Classificata
Categoria 19 (Stout)
Associazione Unionbirrai
Birra dell'Anno 2018

PILS 2

Birra Imperdibile
Guida alle Birre d'Italia 2023
Slow Food

Medaglia d'oro
Categoria 4.3 Lager (German-Style Pilsner)
Brussels Beer Challenge 2021

Medaglia d'argento
Categoria 4.3 Lager (German-Style Pilsner)
Brussels Beer Challenge 2020

Medaglia di bronzo
Categoria 2 (German-Style Pilsner)
European Beer Star 2020

Certificato d'eccellenza
Categoria 4.3 Lager (German-Style Pilsner)
Brussels Beer Challenge 2019

3ª Classificata
Categoria 1 (German and Bohemian Pilsner)
Associazione Unionbirrai
Birra dell'Anno 2019

SIDE B

3ª Classificata
Categoria 26 (Blanche, Witbier)
Associazione Unionbirrai
Birra dell'Anno 2023

Medaglia d'argento
Categoria 24A Witbier (Belgian Ale)
Barcelona Beer Challenge 2022

Medaglia d'argento
Categoria 29 (Belgian Wheat Beer)
European Beer Star 2018

REDVOLUTION

Medaglia di bronzo
Categoria 47A (Traditional German-Style Bock)
World Beer Cup 2023

Medaglia di bronzo
Categoria 6C Dunkles Bock (Amber Malty European Lager)
Barcelona Beer Challenge 2022

OS7

Medaglia d'oro
Categoria 4.5 German-Style Helles/Maibock/Doppelbock
Brussels Beer Challenge 2021

B5

Medaglia d'argento
Categoria 4.10 Lager (Helles)
Brussels Beer Challenge 2020

Medaglia d'oro
Categoria 4A Munich Helles (Pale Malty European Lager)
Barcelona Beer Challenge 2020

RED&GO

Medaglia d'oro
Categoria 15A Irish Red Ale (Irish Beer)
Barcelona Beer Challenge 2020

Medaglia d'argento
Categoria 3.2 Red Ale (Irish Red Ale)
Brussels Beer Challenge 2019

LE BIRRE DI OTUS VINCONO MEDAGLIE IN ITALIA E NEL MONDO

Abbiamo sottoposto le nostre birre alla valutazione di giurie importanti. I successi ci stimolano a proseguire nella creazione di prodotti che uniscono carattere artigianale e capacità di soddisfare il gusto di un pubblico ampio.

BIRRIFICIO OTUS Via Rumi, 7 - 24068 Seriate (Bergamo) Italia - birrificiootus.com



CEI Systems

Il Totem Touch Screen che rivoluziona il punto cassa

CEI Systems è una realtà specializzata dal 1986 nella progettazione e realizzazione di sistemi per la ristorazione. Nel corso del 2023 CEI ha concentrato le sue risorse nello sviluppo di un Totem Touch Screen proprietario per ordinare d'asporto o mangiare sul posto pagando in totale autonomia e sicurezza. Un sistema completo che offre la possibilità di consultare il menù, ordinare e pagare con bancomat, carte di credito o contanti direttamente in modalità self-service, creato per soddisfare tutte le richieste che riguardano l'Horeca.

La ristorazione è infatti in costante evoluzione, spinta dalle esigenze mutevoli dei consumatori e dall'innovazione tecnologica. Da alcuni anni si assiste ad un'automazione dei metodi di pagamento nel settore hospitality. Non sono esenti i pagamenti in modalità self ordering, già ampiamente diffusi in fast food e supermercati.

In questo contesto dinamico, l'adozione di tecnologie all'avanguardia sta diventando una priorità per i ristoratori che desiderano rimanere competitivi.

Il Totem CEI è la naturale evoluzione del Punto Cassa T15, dotato di schermo touchscreen interattivo da 32" e software proprietario, consente di integrare diverse apparecchiature adattandosi alle esigenze della tua attività.

L'integrazione del Software Proprietario consente poi di monitorare incassi e trasmettere gli ordini e le comande provenienti dal kiosk direttamente al Sistema di Cassa ma non solo, sono varie le funzionalità di Totem CEI che vengono incontro al desiderio di innovazione dell'Horeca:

- Quattro versioni, infinite combinazioni
- Il Totem CEI è personalizzabile in diverse modalità di installazione per valorizzare al massimo il tuo ristorante, dalla colonna attrezzata collegata alla stampante spr 15 e/o al registratore telematico



- Collegato al Cassetto Rendiresto Glory
- Collegato al Cassetto Cashmatic
- Collegato al Punto Cassa T15
- Self stand a parete tramite staffa dedicata
- Adatto come soluzione cassa grazie alla stampante fiscale integrata o come Totem per ordinazioni self-service elimina-coda grazie alle periferiche opzionali che consentono numerose funzioni di utilizzo.

Efficienza e tecnologia per migliorare ogni necessità

Un sistema su misura per ogni esigenza che può essere venduto separatamente e modulabile secondo le proprie necessità. Gestione semplificata e massima integrazione con il tuo punto cassa.

Il Totem CEI funziona da importante punto d'incontro tra i clienti e il ristorante, offrendo un'ampia gamma di potenzialità per migliorare l'esperienza nel locale:

- **INTERFACCIA UTENTE INTUITIVA E PERSONALIZZABILE** | È possibile personalizzare il Totem CEI per rispondere alle esigenze specifiche del tuo business. Dotato di schermo touch-screen ad alta risoluzione per una navigazione intuitiva e di menu interattivo e personalizzabile con immagini e descrizioni dettagliate dei piatti. I clienti possono modificare i loro ordini in base a preferenze alimentari o restrizioni rendendoli partecipi dell'esperienza di acquisto.
- **EFFICIENZA OPERATIVA** | Il Totem CEI riduce i tempi di attesa e libera il personale per compiti più specializzati, migliorando l'efficienza complessiva. L'integrazione diretta con il sistema di gestione del ristorante trasmette direttamente gli ordini in cucina minimizzando gli errori, migliorando la gestione del ristorante.
- **PAGAMENTI SICURI** | Integrazione con sistemi di pagamento sicuri elettronici o tramite dispositivi mobili.
- **INTEGRAZIONE CON I SISTEMI CEI ESISTENTI** | Il Totem CEI può essere facilmente integrato con il tuo sistema gestionale semplificando il flusso di lavoro.

Il Totem CEI è una soluzione tecnologica completa che offre vantaggi significativi sia per i ristoratori che per i clienti. Con la sua interfaccia utente intuitiva, la personalizzazione delle schermate e l'efficienza operativa, l'adozione del Totem CEI consente ai ristoranti di offrire un servizio più rapido e personalizzato e ai clienti di avere un'esperienza di ristorazione più soddisfacente. cod 99634

Cei Systems
011 4081448
www.ceisystems.it

Olio

L'importanza dell'estetica e dell'etichetta

Latta, bag in box, di ceramica o smaltata, dipinta o addirittura serigrafata con il nome dell'azienda, oggi l'olio di qualità è anche un oggetto da collezione



di ***Fausto Borella***

Continuiamo a fare un grandissimo "in bocca al lupo", a tutti i produttori di olio, sparsi nelle 18 regioni italiane, che possono raccogliere questo nettare.

Abbiamo già ampiamente raccontato che anche questa annata non è delle più facili, ma la tempra e la determinazione degli olivicoltori ormai è proverbiale e quindi riusciranno senz'altro a creare un olio Evo di alta qualità. Oramai si è capito, che la meccanizzazione e i metodi moderni a ciclo continuo per estrarre olio dal-

la pasta di olive sono i migliori, e che conservare l'olio sotto gas inerte, come l'azoto o l'argon, dopo averlo filtrato, conserva tutti gli aromi e prolunga la shelf life del condimento.

Fino ai primi anni duemila, i produttori di olio dal Trentino alla Sicilia erano circa 800mila, di cui oltre il 70% con meno di mille piante. Oggi questa cifra si è quasi dimezzata a causa dello spopolamento delle campagne e soprattutto per la difficoltà di reperire mano d'opera, visto anche i costi importanti che si annidano, dietro a un buon litro di olio extravergine artigianale di eccellenza.

L'importanza dell'estetica nel packaging

Ma il passo è breve, tra la "piacevole malattia" o missione che dir si voglia, di creare un grande olio, e la necessità di abbigliarlo o inserirlo in un packaging, che esca dalle solite bottiglie anonime e quasi industriali, che si trovano oggigiorno sugli scaffali. Chi vuole perseguire la strada della vendita dell'oro verde, presentandolo in maniera accattivante al pubblico, sa che deve fare un ulteriore sforzo economico. Esistono oramai, centinaia di bottiglie e scatole di ogni forma e contenuto, perché l'olio è un condimento, che deve essere usato tutti i giorni, ma si sa che sotto le feste natalizie o pasquali, diventa ancora più prezioso.

Assodato, che l'olio ha tre grandi nemici, tra cui aria, luce e calore, e che quindi la bottiglia deve essere rigorosamente scura, adesso dobbiamo capire quali sono i formati e i colori, che attraggono di più.

Quando iniziai ventiquattro anni fa, con Luigi "Gino" Veronelli, provammo a creare una carta degli oli, con bottiglie da 100 ml, da portare al tavolo, aprire come se fosse un vino a lasciare al commensale, come ricordo a casa e magari, iniziare un'azione di marketing indiretto. Purtroppo, eravamo troppo avanti e il messaggio non fu compreso. Oggi invece, nella ristorazione di qualità, si comprende come anche l'olio abbia bisogno di una bottiglia accattivante e sempre più spesso si vedono bottiglie da 250 ml o da mezzo litro.

Senza inimicarmi gli amici vignaioli, (ho sempre regalato bottiglie di vino o spumante, quando venivo invitato a cena da amici), vorrei esortare tutti a regalare due bottiglie, quando si è invitati; una di vino e una di olio, magari della propria zona di appartenenza.

L'olio? Un oggetto da collezionisti

Latta, bag in box, di ceramica o smaltata, dipinta o addirittura serigrafata con il nome dell'azienda, oramai l'olio di qualità è inteso non solo come nettare degli dèi, ma come oggetto che sta bene sia sulla penisola della cucina, sia a tavola, meglio se con più oli, chiamati per cultivar, visto che noi siamo l'unico paese al mondo ad avere oltre 500 varietà: dalla Casaliva, alla Nocellara, passando per il Maurino, la Nostrale di Brisighella, la Dritta la Peranzana o la Semidana, per arrivare alla Dolce di Rossano o all'Ottobratica.

L'importanza dell'etichetta

Potrei andare avanti per ore, ma la cosa fondamentale è che dentro quel contenuto, ci sia un olio di qualità e allora, voglio spronare i produttori a far parlare sempre di più l'etichetta e non solo l'estetica. Usate i Qr code, che possono rimandare alle vostre pagine del sito o sui social, fate vedere che ci siete da anni o da generazioni e che parlano bene di voi; che vincete premi e concorsi, non solo perché pagate un bel po' di soldi, ma perché li meritate. E allora scoprirete che grande soddisfazione è stata vedere che dei clienti sconosciuti, si fidelizzano nel comprare i vostri prodotti, perché siete belli, buoni e professionali! In bocca al lupo. cod 99860









Casa Belfi

Naturalmente frizzanti in armonia con la natura

Nata dall'incontro tra il produttore Albino Armani e l'enologo Maurizio Donadi, Casa Belfi propone una gamma di vini della tradizione trevigiana ottenuti con tecniche di viticoltura biodinamiche, sane e sostenibili

Casa Belfi è il risultato della passione di **Maurizio Donadi**, un enologo nato nel 1977 e formato presso l'Istituto di Conegliano e l'Università di Padova. La sua dedizione alla viticoltura e al territorio di origine lo ha portato a fondare la sua azienda vinicola a San Polo di Piave in provincia di Treviso nel 1999. Questa zona, famosa per la produzione di Glera e Raboso, è stata nel caso di Donadi il punto di partenza e una spinta a produrre vini "naturalmente frizzanti" con questi vitigni. Nel 2000, dopo un incontro ispirato con **Albino Armani**, produttore della Valdadige veronese con vigneti in Trentino, Veneto e Friuli, è nata l'idea di intraprendere un ambizioso progetto di viticoltura sana e sostenibile.

Casa Belfi, fra tradizione e natura

La produzione vinicola di Casa Belfi si ispira alla tradizione trevigiana e familiare, rispettando rigorosamente

i cicli stagionali. L'azienda ha scelto di adottare i metodi produttivi della tradizione, legati in particolare alla prima vera versione - quella "antica" - del prosecco con le bollicine rifermentato in bottiglia e non sboccato. Questo approccio è stato seguito dai piccoli vignaioli che hanno preservato questa tradizione nel corso degli anni.

«Così si è sempre prodotto il prosecco prima dell'avvento delle moderne tecniche di vinificazione» puntualizza il fondatore di Casa Belfi. Donadi si impegna soprattutto nella produzione di vini naturali, seguendo un approccio che rispetta il corso naturale, senza l'uso di concimi, pesticidi o diserbanti chimici nei vigneti. Inoltre, vengono applicate pratiche agronomiche biologiche e steineriane, incluso l'uso di preparati biodinamici.

La teoria del "caos" che porta all'unicità

Gli stessi preparati biodinamici riflettono la visione singolare di Donadi, che è associata all'idea di "caos": questo disordine sarebbe legato e connesso ai microrganismi che interagiscono in modo non uniforme con il suolo e, di conseguenza, con le viti, proprio per questo ogni piccola area di terreno produce uve con profili aromatici e organolettici unici. Anche in cantina, Casa Belfi adotta un approccio naturale. Vengono utilizzati lieviti indigeni e non vengono aggiunti solfiti (eccetto quelli prodotti naturalmente dai lieviti). Non vengono eseguite stabilizzazioni, filtrazioni o chiarificazioni "artificiali", vengono solo adottate quelle naturali che avvengono durante l'inverno, quando il freddo favorisce la formazione di depositi, e il travaso successivo avviene senza forzature enologiche. Maurizio Donadi spiega che «il vino si stabilizza da solo e decide quando è pronto per essere imbottigliato».

Il processo di conversione all'agricoltura biologica è iniziato nel 2004, seguito dalla certificazione biodinamica nel 2016. Oggi, Casa Belfi lavora ogni giorno per raggiungere equilibrio e armonia con la natura, al fine di imbottigliare vini che riflettano non solo le caratteristiche varietali e territoriali, ma anche l'energia vibrante che ne scaturisce. «Questa energia proviene dalla forza vitale della pianta stessa - spiega Donadi - abituata da sempre a difendersi e a reagire alle avversità e alle malattie senza l'uso di sostanze chimiche. Solo una pianta sana e robusta può produrre vini di qualità e di lunga conservazione».



Naturalmentefrizzante Bianco: il fiore all'occhiello di Casa Belfi

Uno dei vini più popolari di Casa Belfi è indubbiamente il Naturalmentefrizzante Bianco, prodotto con uve glera. Questo frizzante con bollicine sottili e persistenti offre una vasta gamma di aromi, che spaziano dai profumi floreali e fruttati alle note di agrumi, lievito e crosta di pane. In bocca, è vivace e bilanciato da un'acidità fresca.

Questo vino è molto apprezzato dai consumatori, grazie alla sua versatilità in base al modo in cui viene servito. Versato delicatamente per separare i lieviti dal fondo, è un aperitivo giovane e vivace, con una freschezza legata agli agrumi. Tuttavia, alcuni preferiscono gustarlo torbido, agitando leggermente la bottiglia. In questo caso, il vino diventa più ricco in struttura, morbidezza e complessità grazie alla presenza dei lieviti ed è perfetto per accompagnare i pasti di tutti i giorni. cod 99602

Casa Belfi
045 729 0033
www.albinoarmani.com/casa-belfi/



Cantina di Aldeno

Vini Biovegan in Trentino

Realtà dalla storia centenaria, Cantina Aldeno nasce nel 1910, situata a poco meno di 10 km a sud-ovest di Trento prende il nome dall'omonimo paese. Gestisce un territorio vitato variegato che genera un elevata qualità delle uve, che vengono trasformate con sapienza dagli enologi aldenesi.

L'antica tradizione vinicola che contraddistingue Cantina Aldeno ha saputo sapientemente combinarsi con l'impegno ad aggiornare nel tempo tecnologie e impianti di lavorazione che bene si adattano alle nuove e autoctone varietà.

Ancora oggi accanto ai lucidi tini di acciaio e alle barriques, troneggiano gli antichi fusti di rovere per l'invecchiamento dei migliori vini rossi e bianchi. Si trasformano le uve di 300 soci che coltivano 342 ettari di vigneto; siano esse prodotte in fondovalle, nella media-alta collina o in montagna con pendenze eroiche. Da esse si ottengono vini fermi e spumanti metodo classico Trentodoc (certificati bio e convenzionali) nonché Orange Wine (convenzionale). La Cantina si sta muovendo in maniera innovativa verso mercati emergenti e in continua espansione partendo dalla salvaguardia del territorio e di chi convive in esso.

Naturalmente Bio e Biovegan

Cantina di Aldeno pone grande cura affinché il vino possa essere considerato naturale e genuino. L'attenzione va dalla vigna e all'impatto sulla natura circostante fino alla creazione del vino stesso - che non viene mai forzatamente lavorato - ma curato e guidato. Cantina Aldeno si distingue, infatti, per essere stata la prima Cantina cooperativa trentina a certificarsi Bio a 360° e la prima in Italia a certificarsi Biovegan.

La qualità dei vini siano essi convenzionali, bio o Trentodoc è riconosciuta da diversi opinion leader, dai concorsi enologici internazionali e nelle manifestazione di settore. Ma ovviamente il miglior riconoscimento è quello dato dal consumatore finale che lo dimostra richiedendolo e consumandolo con continuità.

Walter Webber, direttore della Cantina Aldeno è perentorio: «L'obiettivo che ci siamo posti è quello di mantenere il livello qualitativo che stiamo portando oggi sul mercato ossia portare in bottiglia solo progetti di qualità». cod 99628

Cantina Aldeno
0461 842511
www.cantinaaldeno.com





Marisa Cuomo

Tutto il fascino dei vini eroici della Costiera Amalfitana

I vini della Costiera Amalfitana possono essere definiti estremi o addirittura eroici, sicuramente sono figli della fatica e del sudore di uomini e donne di questo lembo d'Italia. È qui, a Furore (Sa), in un piccolo borgo arroccato sulla splendida Costiera Amalfitana, lungo le scoscese balze dei monti Lattari, che inizia, nel 1980, la storia che vede protagonista **Andrea Ferraioli** che, come regalo di nozze per la sua giovane sposa **Marisa Cuomo**, rileva il marchio "Gran Furor Divina Costiera" e dà vita all'azienda che porterà il nome dell'amata. Insieme all'esperienza del famoso enologo **Luigi Moio**, ad un corretto uso delle moderne tecnologie e un costante impegno l'azienda recupera storici vitigni autoctoni per produrre vini di pregio e di qualità. Tra tutti, il Fiorduva si afferma ben presto per le sue grandi particolarità fino a conquistare l'oscar di miglior vino bianco italiano.

Per mancanza di spazio, l'azienda è costretta a coltivare le uve con il sistema del "pergolato" che prevede una sorta di griglia dove, pali incassati direttamente nella roccia, sostengono vitigni cresciuti in fazzoletti di terra a strapiombo sul meraviglioso mare della costa amalfitana.

Importanti riconoscimenti premiano tutti i vini dell'azienda, ma la maggiore soddisfazione, fanno sapere dalla cantina «la riceviamo dalle emozioni che ci regalano gli ospiti che visitano la nostra cantina e degustano i nostri vini. Grazie a tutti per la forza che ci date per portare avanti il nostro sogno d'amore verso una terra unica al mondo: la costiera Amalfitana. Vi aspettiamo nella nostra cantina». cod 99723

Cantine Marisa Cuomo
089 830348
www.marisacuomo.com


V
ZUG



Vigne Irpine

Fra tradizione e sperimentazione

Tradizione e sperimentazione si uniscono alla passione di un gruppo di amici che vuole valorizzare l'eccellenza dell'Irpinia, puntando sull'innovazione. Nascono così bottiglie uniche e apprezzate dalla critica



di ***Andrea Lupini***

Nel 1999 la passione per l'enologia che anima un gruppo di amici dà vita all'Azienda Agricola Vigne Irpine, partendo, non a caso, con una produzione limitata al Fiano di Avellino Docg e al Greco di Tufo Docg, i due vini bianchi più strettamente identitari per i viticoltori del territorio. Il 2000, l'anno del Giubileo, è quello del primo vino rosso: il Giubilo. Ricavato da uve di Aglianico e ammorbidito dai 6 mesi trascorsi in barrique, si consoliderà negli anni come uno dei pezzi forti dell'azienda, risultando anche il primo vino a ricevere un riconoscimento formale.



Nel 2003 una produzione ormai allargata all'Irpinia Aglianico Doc, alla Falanghina Doc, alla Coda di Volpe Doc e all'immancabile Taurasi Docg, prestata la dovuta attenzione ai grandi nomi della viticoltura campana, nel 2007 è tempo di una nuova scommessa: produrre, esclusivamente con uve di Aglianico, un vino rosato di elevatissima qualità, che meriti la stessa considerazione di cui godono i migliori rosé francesi. È così che nasce il pluripremiato Taurosae, per due annate celebrato dal Gambero Rosso quale miglior rosato d'Italia e oggetto di unanime coro di apprezzamento.

Innovazione e territorio

Sono gli anni del rinnovamento più profondo: l'innovazione tecnologica coincide con la ristrutturazione dei locali storici che ospitano la produzione, nel rispetto delle loro caratteristiche originali. Gli anni successivi sono ricchi di conferme e gratificazioni, culminate nella premiazione all'edizione del Vinitaly 2019 del Greco di Tufo Docg, peraltro destinatario di altri numerosi e prestigiosi riconoscimenti. L'azienda mostra così la ferma intenzione di adeguarsi ai tempi evolvendosi, nel rispetto della tradizione propria e della propria terra: l'Irpinia.

Vigne Irpine è situata a Taverna della Figura, frazione del comune di Santa Paolina, in un edificio storico che un accurato e sapiente restauro ha saputo preservare, valorizzando quelle che erano le peculiarità architettoniche, e che oggi ospita i locali di produzione, affinamento ed imbottigliamento. Le limitate quantità prodotte, nonché la possibilità di monitorare ogni fase del processo produttivo con competenze tecnico-scientifiche, sono di sicuro i punti di forza dell'azienda. Nonostante la sua giovane età, l'azienda può già vantare una storia fatta di qualità e di apprezzamenti a livello nazionale e internazionale. Ma la dedizione e la ricerca continua rappresentano indubbiamente le ragioni fondamentali per le quali l'azienda farà parlare sempre di più del suo futuro prima ancora che della sua storia.  cod 99624

Vigne Irpine
0825 968682
www.vigneirpine.com

BEER & FOOD ATTRACTION

18–20 FEBBRAIO 2024

FIERA DI RIMINI



beerandfoodattraction.it

ORGANIZZATO DA

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

IN COLLABORAZIONE CON

Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
ITA ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane
madeinitaly.gov.it

CON IL PATROCINIO DI

AssoBirra
Associazione dei Birrai e dei Maltatori

Federazione Italiana Distributori Horeca
italgrob
ASSOCIATA CONFINDUSTRIA

UB UNION BIRRAI
PICCOLI BIRRIFICI INDIPENDENTI

IN CONTEMPORANEA CON

International HoReCa meeting
Congress • B2B • Parade

BB TECH EXPO

Capitale italiana della Cultura Candidata 2026
rimini

Al fianco della cantina cooperativa di Ruvo di Puglia la tecnologia Kryos con frigorie criogeniche da CO_2 di Siad- Società italiana acetilene e derivati che ha permesso a questo vitigno di esprimere al meglio le sue potenzialità in rosa

VINIFICAZIONE IN ROSATO Criomacerazione o Kryomacerazione?

Come è noto, la qualità e le caratteristiche di un vino dipendono da molteplici fattori. Su tutti la materia prima, l'uva, a seguire i processi di vinificazione e, a chiudere il ciclo, le varie modalità con cui viene stoccato il prodotto finito e messo in bottiglia. Ne consegue che, avendo a disposizione una materia prima potenzialmente adatta allo scopo che ci si prefigge, il resto dipende da come si opera su questa, dal momento del suo distacco dalla vite fino alla trasformazione in prodotto finito.

È con queste considerazioni che SIAD mette a punto le proprie tecnologie per ottimizzare l'utilizzo dei gas nei processi di cantina, ne è un esempio Kryos per la refrigerazione del pigiato con gas criogenici, anidride carbonica (CO_2) o azoto (N_2), in atmosfera protettiva, priva di ossigeno.

Questa tecnica è utilizzata anche nella vinificazione in rosato presso la cantina CRIFO wines di Ruvo di Puglia (Ba). La Crifo Wines ha una lunga tradizione alle spalle. Nasce nel 1960 dall'associazione in cooperativa di 28 vignaioli, che unirono le forze per avere maggiore potere contrattuale nella vendita dell'uva ai grandi gruppi nazionali. Oggi la Cooperativa conta oltre 400 soci e riceve conferimenti superiori alle 8.000 tonnellate d'uva per vendemmia, lavorando alcuni tra i più rappresentativi vitigni pugliesi come il Nero di Troia, il Bombino bianco e il Bombino nero, quest'ultimo molto indicato per le vinificazioni in rosato.

Nella ricerca dell'ottimizzazione della qualità nella vinificazione in rosato si è posta l'obiettivo di attuarla intervenendo nella fase di criomacerazione utilizzando la tecnologia Kryos.

Massimo Tripaldi, enologo della Cantina, ne spiega così le ragioni: «Il Bombino nero è un vitigno in grado di fornire vini rosati eccezionali. Siamo convinti che una conduzione attenta delle operazioni prefermentative sia fondamentale per permettere a questo vitigno di esprimere al meglio le sue potenzialità, e l'innovazione tecnologica può venirci in aiuto».

SIAD, la Crifo-Wines e con la collaborazione del professor Vito Paradiso, docente di enologia presso l'Università del Salento hanno messo a punto un piano di ricerca che si è concretizzato, nella vendemmia 2022, in una sperimentazione condotta su scala industriale operando con due differenti tecnologie:

1. lo scambio termico con il sistema tubo in tubo, il metodo tradizionale, per la refrigerazione con frigorie meccaniche
2. la tecnologia Kryos con frigorie criogeniche da CO_2 per la refrigerazione e la rimozione dell'aria disciolta nel pigiato.

I risultati ottenuti hanno evidenziato numerosi aspetti delle potenzialità della tecnologia Kryos di deaerazione e refrigerazione del pigiato nella vinificazione in rosato del Bombino nero.

A confronto con la refrigerazione con scambiatore tubo in tubo, questo approccio ha determinato uno spostamento del pattern di estrazione delle sostanze volatili e non volatili nel corso della macerazione pellicolare.

A questo proposito, **Vito Paradiso** evidenzia come «la tecnologia Kryos abbia portato a una limitata estrazione di antociani e di polifenoli totali, a fronte di un arricchimento del vino in termini di aromi primari. Anche il profilo dei composti volatili di fermentazione è stato influenzato dall'impiego di questa tecnica. Tali effetti si sono riflessi sul profilo olfattivo del vino, reso più complesso e caratterizzato dalla comparsa di note floreali».

Riguardo alla conduzione della gestione operativa di Kryos nella filiera di cantina, **Massimo Tripaldi** evidenzia i due aspetti che ritiene più rilevanti: «la semplicità di utilizzo e la versatilità operativa, che consentono di adattare questa tecnologia a diversi scopi. Riguardo al vino prodotto, a colpire soprattutto sono state l'intensità e la complessità olfattiva. L'etichetta per la quale è stato testato l'impiego del Kryos ha riscontrato una risposta molto positiva sul mercato».

A valle dell'esperienza fatta, il gruppo che l'ha condotta ha messo a punto un ulteriore progetto per ampliarla, prevedendo un'ulteriore sperimentazione che possa mettere a confronto la metodologia tradizionale, a frigorie meccaniche, con la tecnologia Kryos, quest'ultima utilizzando come fluidi refrigeranti sia l'azoto che l'anidride carbonica allo stato liquido.

Il progetto ha vinto l'edizione 2023 del Premio Internazionale SIAD-OICCE per l'Innovazione nell'utilizzo dei gas tecnici in viticoltura ed enologia, la sua realizzazione è iniziata nella vendemmia 2023 sempre presso la Crifo-Wines

Al termine ci saranno elementi sufficienti per poter confrontare compiutamente le prestazioni fra criomacerazione con il metodo tradizionale e quella con 2 diverse tipologie di frigorie criogeniche "via Kryos": la "Kryomacerazione" con anidride carbonica o con azoto. cod 99790

Siad
035 328111
www.siad.com

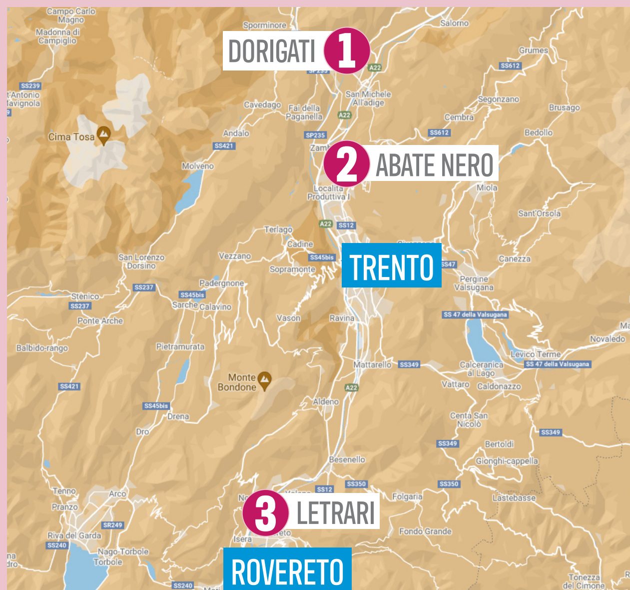


L'ITALIA DEL VINO

Tre Trentodoc da prendere sul serio!



di ***Eros Teboni***
Miglior sommelier del mondo Wsa 2018



Le origini del vino trentino, ci conducono indietro nel tempo, fino al VI secolo a.C. e ai Reti, la popolazione pre-romana che abitava queste valli nell'età del Ferro, lo sappiamo grazie agli utensili per lavorare la terra e la vite, ritrovati in Val di Non e in altre località limitrofe. Attestazioni legate al vino che ritroviamo anche nei secoli successivi e non lasciano dubbi sullo stretto rapporto che è sempre esistito in Trentino tra vite e territorio.

Oggi il Trentodoc ha un disciplinare che impone uvaggi rigorosamente di provenienza regionale; l'impiego della rifermentazione in bottiglia; l'utilizzo di uve Chardonnay, Pinot nero, Pinot bianco, Pinot Meunier; e il prolungato riposo sui lieviti. Spumanti con una storia, ma sono sempre più versatili e contemporanei. cod 99850





1 METHIUS TRENTODOC BRUT RISERVA CANTINA DORIGATI

Varietà: 60% Chardonnay, 40% Pinot Nero
Forma di allevamento: pergola trentina
Prezzo medio: 40 euro

Oggi ci sono Michele e Paolo al timone, ma la fondazione dell'azienda trentina risale al 1858, quando Luigi Dorigati diede il via a un grande progetto familiare, che oggi con la quinta generazione tocca i tre secoli e i 165 anni di vita. Una cantina che ha sede nel centro di Mezzocorona, dove l'attenzione all'ambiente e alla naturalità è una priorità, conclamata nel 1990, con il Protocollo d'intesa viticolo Trentino, che autodisciplina e regola la difesa integrata della vite. Il Methius è prodotto solo nella tipologia riserva è un metodo classico fortemente identitario, dai profumi complessi, intensi, con sentori di mela, pesca, bergamotto, mandorla e frutta matura, ma è al palato che dà il meglio di sé, è morbido, pieno, minerale, sapido, rivela struttura, armonia, freschezza, acidità e una lunga persistenza.

In abbinamento: Dentice con salsa di curcuma e peperoni, ricetta di Silvia Baracchi de Il Falconiere di Cortona (Ar), una stella Michelin e socia Euro-Toques Italia

2 CUVÉE DELL'ABATE TRENTODOC BRUT RISERVA - ABATE NERO

Varietà: 70% Chardonnay, 30% Pinot nero
Forma di allevamento: pergola trentina
Prezzo medio: 45 euro

Una delle eccellenze dell'azienda vitivinicola trentina fondata nel 1973 da Luciano Lunelli, ispirandosi all'abate Perignon e a tutto ciò che la sua figura granitica ha rappresentato. Metodologie accurate in vigna, scelta meticolosa dei lieviti e del taglio delle cuvée di base, spremitura soffice delle uve, presa di spuma e permanenza sui lieviti selezionati per almeno 120 mesi e indubbiamente la maestria dell'enologo, caratterizzano una riserva di notevole afflato e piacevolezza. Al naso un ampio spettro olfattivo conduce dal floreale al fruttato, con sentori spinti di frutta matura, mela pink lady, pera passagrassana, albicocca e note tostate. Al palato il sorso è potente, minerale, secco, intenso, non sapido, complesso, di notevole lunghezza e persistenza, con una struttura e un corpo coinvolgenti e lievi sensazioni di frutta matura, miele e vaniglia.

In abbinamento: Nizzarda di lago, Peter Brunel, socio Euro-Toques e cuoco del Peter Brunel Ristorante Gourmet di Arco (Tn)

3 QUORE PIENNE RISERVA TRENTODOC LETRARI





Varietà: 100% Pinot nero
Forma di allevamento: pergola trentina
Prezzo medio: 31 euro

Una famiglia storica, che ha contribuito all'affermazione del metodo classico trentino, con una storia che si dirama fino al 1647, quando Stefano Letrari "uomo d'armi" diventa il vignaiolo di un piccolissimo podere a Borghetto all'Adige. Oggi c'è Lucia Letrari al timone dell'azienda. Un metodo classico che affina sui lieviti dai 54 ai 60 mesi, interessante ed espressivo di un territorio e di una filosofia che ne è la cifra stilistica. Al naso un ampio registro di delicate nuances che vanno dai fiori ai frutti, dall'elicriso, al sambuco, alla vaniglia, dalla mela golden alla pesca fino alla crosta di pane. Al palato un'intrigante connotazione gustativa, di notevole complessità e lunghezza, complesso, floreale, con lievi note speziate, che si completa con un entusiasmante e persistente finale.

In abbinamento: Risotto con crema di zucca, Mozzarella di Bufala Campana e gamberi, ricetta Lorenzo Alessio della Nazionale Italiana Cuochi

I prodotti tipici come volano del territorio bergamasco

Questo è emerso dagli Stati generali del turismo enogastronomico organizzati a settembre dalla Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca, dove hanno partecipato enti, associazioni e produttori orobici



Roberto Amaddeo, Raffaella Castagnini, Enrico Rota e Giorgio Lazzari



di ***Enrico Rota***
Presidente del Consorzio Tutela Valcalepio

I prodotti tipici rappresentano un volano per il nostro territorio, nonostante la carenza cronica di personale, in particolare nel settore della somministrazione. Questa la sintesi degli Stati generali del turismo enogastronomico organizzati a settembre dalla Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca. All'incontro hanno partecipato enti, associazioni e produttori orobici, che si sono ritrovati per fare il punto della situazione. I lavori, moderati da Giorgio Lazzari, giornalista specializzato in food, wine e turismo, sono stati aperti dal presidente della Strada, Enrico Rota. Il convegno è entrato nel vivo con i saluti istituzionali portati dall'assessore regionale Alessandro Beduschi insieme ai consiglieri regionali Giovanni Malanchini e Davide Casati. Per la Camera di Commercio di Bergamo è intervenuta Raffaella Castagnini, mentre per comune e provincia il consigliere Robi Amaddeo.

Il turismo a Bergamo vale il 15% del Pil della provincia

«Il settore turistico nella Bergamasca vale il 15% del Pil - ha ricordato **Giovanni Sanga**, presidente di Sacbo. Si tratta di una straordinaria occasione per il territorio che deve fare tutto il possibile per intercettare gli importanti volumi di traffico che transitano dall'aeroporto Il Caravaggio». Proprio l'infrastruttura aeroportuale è stata definita strategica per la crescita del comparto, che sta però soffrendo per la mancanza di risorse umane. «Il lavoro non manca, ma sono anni che ci ritroviamo in difficoltà nel reperire personale - conferma **Roberto Amaddeo**. Consiglio ai giovani di impegnarsi nella ristorazione e nel turismo per ottenere grandi soddisfazioni personali e lavorative».

Sull'aspetto della formazione sono intervenuti Brizio Campanelli, dirigente dell'istituto Guido Galli - Vittorio Cerea Academy, insieme a Ivar Foglieni, patron del ristorante Ol Giopì e la Margì di Bergamo, che da molti anni è impegnato a reperire personale dall'estero per poter rispondere alle tante richieste di ragazzi di sala e cucina.

Durante la terza edizione degli Stati generali del turismo enogastronomico è stata ricordata anche la figura di Pino Capozzi, indimenticato professionista nel mondo della ristorazione bergamasca, che proprio ieri avrebbe compiuto 100 anni. cod 99471


TOP FRUIT
Quality
FROM THE WORLD

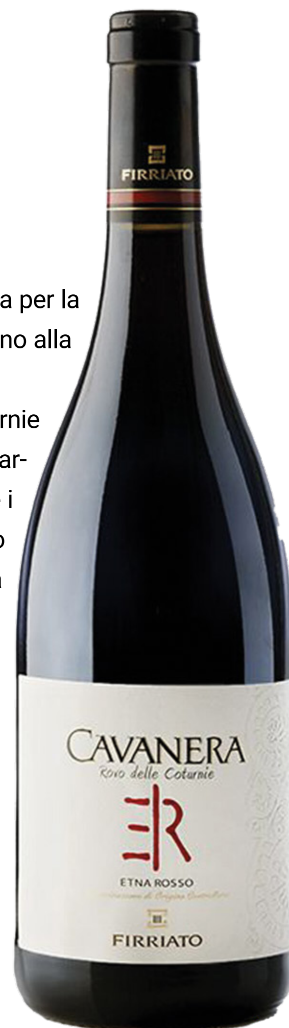
BEN...BEVUTI AL SUD

CAVANERA ETNA DOC DI FIRRIATO UN ROSSO CHE SA DISTINGUERSI



di ***Gianni Paternò***

Firriato, fondata da Salvatore Di Gaetano nel 1984, oltre alle sei tenute nel trapanese e a Favignana (Tp) è stato uno dei primi grandi marchi siciliani a sbarcare sull'Etna per occuparsi di viticoltura di alta montagna agli inizi degli anni '90. .
Oggi, il presidente è affiancato dal genero Federico Lombardo di Monte Iato , responsabile della produzione. Firriato è una di quelle aziende sicule che maggiormente dedica grande attenzione alla sostenibilità ambientale globale, possedendo le più importanti certificazioni ecologiche e carbon free, aderendo al protocollo SOStain, che supera il biologico. Rappresenta una delle più note cantine siciliane, basta osservare la moltitudine di appassionati che affolla ogni anno il banco di assaggio nel loro stand al Vinitaly. Una fama meritata per la bontà dei vini e per l'attenzione che dedicano alla sicilianità della produzione.
Descriviamo Cavanera Rovo delle Coturnie Etna Doc rosso 2018, un cru in contrada Marchesa nel versante nord a quote tra i 650 e i 750 m, alberelli di Nerello Mascalese e poco Cappuccio con rese di 55 q/ha, vendemmia ad ottobre inoltrato, vinificazione in rosso classica, 9 mesi in botti e almeno 20 in bottiglia. Nel calice colore rubino tenue; al naso balsamico, speziato, con note alcoliche di frutti rossi sotto spirito e in confettura, intenso, franco, avvolgente; al palato ripete l'olfatto, un corpo deciso, alcolico, un Etna di struttura, intenso, lunghissimo, armonicamente tannico e di giusta mineralità. Si abbina bene con le carni ma ottimo da sorseggiare in salotto. cod 99826



LA SEDUZIONE DELL'ETICHETTA

LONG NOW 2020 DI PELLISSERO E LO SCORRERE DEL TEMPO



di ***Piera Genta***

In uscita in ottobre, la bottiglia del ventennale. Un Langhe Doc della cantina Pellissero di Treiso (Cn) prodotto con una selezione di uve Barbera e Nebbiolo. Il suo nome è stato preso in prestito dalla The Long Now Foundation, ente no profit con sede a San Francisco voluto da un gruppo di uomini di scienza e di pensiero di cui fanno parte anche Stewart Brand e il musicista Brian Eno. Uno dei progetti sviluppato dalla fondazione è quello de il The Long Now Clock, un orologio alimentato dai cambi di stagione che procede di un solo scatto ogni anno, suona ogni millennio ed è progettato per scandire il tempo per 10.000 anni. In attesa che si completi la costruzione di questo monumento alla lungimiranza che verrà incastonato in una montagna del Texas, se ne può ammirare il primo prototipo allo Science Museum di Londra e parte del suo spettacolare quadrante è visibile sull'etichetta del vino Long Now. Per celebrare questo importante anniversario è stata creata una scatola speciale in legno contenente la bottiglia di vino Long Now e il libro manifesto della Long Now Foundation.
cod 99824

PINOT NERO
IN OLTREPÒ PAVESE VINI SEMPRE PIÙ ELEGANTI



di ***Stefano Calvi***

Un vitigno e una terra. Il Pinot Nero protagonista assoluto in Oltrepò Pavese, un territorio che ha saputo trarre il meglio da questa uva che oggi rappresenta 3.000 ettari vitati. Si è chiusa con grande affluenza la terza edizione dell'evento organizzato dal Consorzio tutela vini Oltrepò Pavese, "Oltrepò - Terra di Pinot Nero, un territorio, un vitigno, due eccellenze".

La manifestazione, che si è svolta nell'Antica Tenuta Pegazzera di Casteggio (Pv), ha registrato numeri da record: più di 250 operatori selezionati e una numerosa presenza di stampa nazionale e internazionale (Spagna, Belgio, Germania, Polonia, Stati Uniti, Portogallo, Ungheria...), che hanno affollato i banchi d'assaggio con ben 34 aziende virtuose del territorio.

«Da tre edizioni questo evento ci consente di parlare e approfondire il tema del Pinot Nero, un orgoglio delle nostre denominazioni - spiega **Gilda Fugazza**, presidente de Consorzio - L'Oltrepò è una delle maggiori zone di produzione a livello internazionale, la più importante d'Italia e che negli ultimi anni stiamo lavorando per far conoscere sempre di più. Con Oltrepò Terra di Pinot Nero la parola l'abbiamo data alle aziende, che ancora una volta hanno dimostrato il valore e la qualità dei loro vini».

La presenza all'evento di giornalisti, anche esteri, e di esponenti del mondo vitivinicolo italiano dimostrano come sia cresciuta l'attenzione verso le colline oltrepadane. A confermarlo è il direttore del Consorzio, **Carlo Veronese**: «L'ottima risposta degli operatori di settore e della stampa sono la riprova del sempre maggiore interesse verso questo territorio e della volontà di raccontarlo al meglio».

cod 99745

BOLLICINE CHE PASSIONE

AUREA STELLAE
TRABOCCO SPUMANTE DI CITRA ANCHE ROSÈ

di ***Piera Genta***

Aureae Stellae Trabocco Abruzzo Spumante Doc Pecorino e Aureae Stellae Trabocco Abruzzo Spumante Doc Rosé sono due referenze di Citra, una delle realtà cooperative vitivinicole più importanti d'Abruzzo, fondata nel 1973, oggi raggruppa nove realtà situate nella provincia di Chieti e 3mila viticoltori con 6mila ettari. Sono stati tra i primi ad utilizzare il marchio collettivo Trabocco, registrato nel 2020, che identifica e protegge gli spumanti metodo italiano imbottigliati esclusivamente in Abruzzo. La scelta del nome intende associare alla struttura iconica del lungomare abruzzese una produzione enologica altrettanto territoriale e identitaria.

Citra produce due referenze, entrambe affinano sui lieviti per circa 35/45 giorni e hanno una gradazione alcolica di 12%. Freschi e piacevoli al palato. Il rosè con una punta speziata; il Pecorino riporta fragranze balsamiche. Ottimi come aperitivo cod 99828



Colazione al bar Tra abitudini e nuove tendenze

Nonostante i costanti rincari, gli italiani non sembrano voler rinunciare alla colazione al bar. Se cappuccio e cornetto resta un must, si sono fatte spazio anche numerose nuove proposte. Chi ha un bar oggi non può, per esempio, non tenere conto della crescita della colazione salata o di proposte salutistiche o gluten free



di *Gianluca Pirovano*

La colazione al bar è un'abitudine molto italiana. "Un caffè e un cornetto" è una frase che in molti ripetono all'inizio della loro giornata, anche più volte durante la settimana. Un'abitudine che, al contrario di quanto accade normalmente per molte cose nel Belpaese, si è evoluta moltissimo negli ultimi anni. **Le nuove tendenze hanno, infatti, preso particolarmente piede e il risultato è che, se da un lato gli italiani continuano ad amare questo momento, dall'altro chiedono ai baristi un'esperienza più ampia e un'offerta più variegata**. Caffè o cappuccino e cornetto, quindi, ma anche proposte salate, senza glutine, salutistiche e così via.

Colazione al bar, i numeri italiani

Per comprendere al meglio il fenomeno servono, come sempre, i numeri, che aiutano a tracciare un quadro più dettagliato di cosa significhi la colazione al bar in Italia. Per intenderci, **il 91% degli italiani dichiara di non poter fare a meno della colazione**. In molti, nella fase pandemica, hanno acquisito nuove abitudini e questo ha portato ad aumentare il tempo dedicato al primo pasto della giornata. Vero, la prima colazione viene fatta spesso e volentieri a casa, ma il bar ha comunque un ruolo molto importanti ed è, a tutti gli effetti, una tradizione che non sembra voler tramontare. Non lo ha fatto, peraltro, nemmeno nell'ultimo periodo, a fronte di rincari importanti che hanno costretto, in molti casi, i baristi ad aumentare i prezzi.

Sempre parlando di numeri, la **Fipe, la Federazione italiana dei pubblici esercizi, spiega che il 65,7% degli italiani ama fare colazione fuori, in particolare il 14,5% si concede la colazione al bar 3 o 4 volte a settimana e l'11,2% addirittura tutti i giorni**. Questo dimostra il motivo per cui la colazione sia, per moltissimi bar, il momento più importante della settimana. Una ricerca realizzata da TradeLab evidenzia come siano quasi 30 milioni gli italiani, di età compresa tra i 16 e i 70 anni, che ogni mese entrano al bar per fare colazione. Un dato che porta il giro d'affari complessivo legato alle colazioni a circa sette miliardi e mezzo di euro. **Ad attirare il maggior numero di clienti rimangono i bar tradizionali, ma viene confermata anche la crescita, ormai costante, dei bar pasticceria, che coprono più di un terzo del mercato**. Lo scontrino medio, almeno nel 2020, ultimo dato disponibile, era di 3,20 euro. Curioso un dettaglio: i giovani tra i 25 e i 34 anni sono la fascia di età che spende di più per fare colazione fuori.

Nel complesso, la fascia oraria della prima colazione, per più del 30% dei bar, vale il 74% dei clienti di tutto il mese. Insomma, la prima colazione è un momento fondamentale da qualsiasi parte la si guardi, sia da quella del cliente sia da quella dell'esercente.

Nessuno tocchi cornetto e caffè

Detto dei numeri, passiamo alle abitudini. Anche se, come abbiamo già sottolineato in precedenza, il mondo cambia e i bar cambiano con lui, in Italia sembra esserci una regola fondante per la colazione fuori casa che non vuole proprio ➔



cambiare: **caffè e cornetto restano gli assoluti protagonisti. Stando ai dati, questi due alimenti coprono circa il 90% degli ordini nei bar per la prima colazione**. È facile, di fronte a questi numeri, capire perché per un'attività che ha nella prima colazione il suo business principale sia fondamentale avere un caffè di alta qualità. N**on solo, accanto al caffè inteso come prodotto ci deve essere la qualità nella sua preparazione. In questo senso, due aspetti sono fondamentali: un'ottima macchina, che va seguita, tenuta pulita, mantenuta a dovere, e la giusta formazione del personale**. Preparare il caffè, anche e nonostante la grande automazione delle macchine di ultima generazione, resta un'arte e come tale va coltivata e allenata.



Discorso simile se non identico anche per la parte dolce. Dicevamo, poco fa, di come i bar pasticceria si siano ormai ritagliati una fetta molto importante del mercato. Questo, sostanzialmente, per due motivi. Da un lato la qualità, per forza di cose, della proposta dolce, dall'altro la sua grande varietà. Questo, però, non deve essere considerato un limiti per i bar tradizionali, che non hanno a disposizione laboratori e forza lavoro per produrre i dolci al loro interno. Le strade percorribili, in questo senso, sono due. **È possibile dare vita a una collaborazione con pasticcerie del territorio, in modo da avere prodotti di qualità** anche se a un costo solitamente leggermente più alto, **oppure affidarsi a dei prodotti congelati all'altezza**. Negli anni diverse aziende si sono specializzate in questa direzione e offrono cornetti di alta qualità preparabili con forni adatti agli spazi ridotti e alle necessità di bar tradizionali.

Il bar che cambia per i suoi clienti

Tradizione al comando, quindi, ma anche innovazione che bussa costantemente alla porta. Negli ultimi anni, infatti, le richieste della clientela sono man mano cambiate, in

Essse Caffè e Sebastiano Caridi: con Miscela Masini, nuova creatività in pasticceria

Il caffè come rinnovata linfa e ingrediente caratterizzante dell'alta pasticceria, con un occhio all'innovazione e alla creatività: parola di **Sebastiano Caridi** che, in veste di brand ambassador Essse Caffè 2023, ha dato via libera al proprio estro reinterpretando il concetto di caffè applicato alla migliore arte dolce. Ne è un esempio il suo Maritozzo con crema al caffè ed espresso Miscela Masini, quest'ultimo servito in una veste tanto insolita quanto scenografica, ossia in una pipetta applicata direttamente al dolce. L'ingrediente distintivo è qui non un blend qualunque, bensì il più iconico di Essse Caffè: frutto dell'unione tra pregiati Arabica e Robusta, Miscela Masini regala sfumature avvolgenti, armoniose e riconoscibili gustato in bevanda, ma anche in ogni consistenza di pasticceria, dall'impasto alla farcitura.



SCOPRI LA RICETTA
"Maritozzo con Miscela Masini"
di Sebastiano Caridi





linea con trend generali che hanno coinvolto e coinvolgono il mondo del fuori casa. Per questo motivo i bar, che per loro natura hanno una clientela variegata, hanno dovuto fare i conti con questi cambiamenti e, serve essere sinceri, si sono fatti trovare pronti nella maggior parte dei casi.

L'aspetto che più di tutti ha preso spazio è quello legato alla salute e, in generale, a una maggiore consapevolezza dell'importanza di una corretta nutrizione. Come si è tradotto questo aspetto nella proposta dei bar? Per esempio, parlando di latte, il risultato di questa tendenza è la presenza di numerose bevande alternative al latte vaccino.

È, ormai, molto difficile trovare un bar che non offra cappuccini fatti con qualche bevanda vegetale, sia essa di soia, di riso, di mandorla e di una delle decine di possibili altre declinazioni. A confermarlo, come sempre, sono i numeri. Se è vero che il latte vaccino resta il preferito degli italiani per la prima colazione è altrettanto vero che ha fatto registrare una contrazione importante dei consumi del 7,4%. Il motivo è da ricercare soprattutto nella forte crescita della dieta vegana, che non prevede quindi il consumo di prodotti di origine animale. Non è allora un caso che a fronte della diminuzione dei consumi di latte vaccino faccia da contraltare l'aumento esponenziale delle bevande vegetali, che hanno fatto registrare un notevole +23%.

Stesso discorso per quanto riguarda i prodotti da forno. **L'attenzione per le proposte vegane o per il senza glutine è ormai una prerogativa per chi voglia portare avanti un'attività che punti con forza alla prima colazione**. Non potrebbe essere altrimenti, se si pensa che l'intolleranza al lattosio, secondo il Rapporto Eurispes 2017, riguarda ben oltre 4 milioni di italiani e la "gluten sensivity" ne riguarda altri 3 milioni. Il risultato? Si trovano ancora prodotti confezionati, ma sempre più attività cercano di ampliare la proposta con prodotti da forno specifici e con un'attenzione in generale molto alta al tema.

Nello stesso filone, quello salutistico, si inseriscono, poi, altre proposte che fanno capolino tra bancone e tavolini. **Stiamo parlando, per esempio, dei prodotti ad alto (e aggiunto) contenuto proteico. Un trend che ha preso piede in tutto il mercato del food e per cui i bar non fanno di certo eccezione**. Stiamo parlando, però, anche di prodotti più "tradizionali", che strizzano l'occhio a chi cerca soluzioni sane e leggere. Un esempio? I centrifugati o, in generale, proposte che contemplino frutta fresca.

Il salato che piace, ma come eccezione

Se l'italiano, in definitiva, risulta molto reattivo alle nuove proposte e alle diverse tendenze provenienti da tutto il mondo, in fondo è, però, profondamente conservatore. Una dimostrazione è il suo rapporto con la colazione salata. Si tratta di un'abitudine non comune in Italia, ma più affine al Nord Europa e al mondo ➜

anglosassone. Anche per questo la percentuale di chi la consuma abitualmente nel Belpaese è molto bassa, non supera, infatti, il 10%. Eppure c'è un eppure: **a fronte di un consumo abituale ridotto, la colazione salata è molto amata**. Non a caso è riuscita a farsi spazio anche nei bar. Come mai? Perché il salato piace a molti. Non come abitudine, certo, ma come piacevole eccezione. Si tratta di una sorta di riflesso di quanto accade abitualmente negli hotel, quando la presenza del buffet spesso invita a sperimentare e provare colazioni non tradizionali.

Lo stesso accade nei bar, soprattutto nei weekend. Così **si sono fatti strada i brunch, sempre più amati, ma allo stesso tempo così è diventato sempre più frequente trovare una proposta salata al mattino anche nei bar tradizionali**. Certo, siamo lontani da vedere, in un bar tradizionale, piatti espressi per colazioni salate, ma la presenza, tra le altre cose, di almeno una brioche salata è un dettaglio non trascurabile per le abitudini italiane.

Attenti, ma non schiavi delle tendenze

Nel quadro generale è bene, in chiusura, sottolineare un aspetto. La reattività dei bar di fronte alle nuove tendenze del mercato è un aspetto senza dubbio positivo. L'importante, però, è non diventarne schiavi. Le tendenze, infatti, sono in molti casi passeggere.



Un esempio, a conferma di quanto stiamo dicendo, sono i muffin. Alcuni anni fa sembravano essere un must per la colazione al bar. Era praticamente impossibile trovare un bar che non li avesse. Ora questa tendenze si è spenta, sostituita da altre. **Il segreto, quindi, è mantenere l'orecchio sempre ben teso verso le novità, per far trovare al cliente proposte accattivanti e in linea con i suoi gusti, ma allo stesso tempo non dimenticare mai la base: caffè e cornetto, di qualità**.

In fondo, lo sappiamo bene, l'italiano è legato alle tradizioni e, per quanto ami girovagare, per stare bene torna sempre dove si sente a casa. cod 99182

Il Caffè è un piacere
Ecco come e perché degustarlo



Secondo Marco Bazzara, sensory project manager e Academy Director della Bazzara Academy, è consigliabile scegliere una miscela che abbia poca caffeina, e quindi tanta arabica, e berlo senza zucchero

Per 7 italiani su 10 il caffè è un vero e proprio piacere della vita, il modo perfetto per far iniziare al meglio la giornata, perché in grado di dare carica e gioia. Ma non solo, per gli italiani caffè significa anche pausa e relax. Ed è proprio per questi motivi che ben il 97% afferma di bere con piacere il caffè: tre o più tazzine al giorno. Questo è quanto emerge dall'indagine "Gli italiani e il caffè" condotta da AstraRicerche per conto del Consorzio Promozione Caffè.





Gli intervistati sono stati oltre mille, tra i 18 e i 65 anni. Inoltre, un'altra recente analisi pubblicata su Frontiers in Nutrizion, realizzata analizzando 29 studi e oltre 422mila partecipanti, e comprovata da questo studio, ha anche confermato un'associazione tra assunzione di caffè e umore: chi consuma circa 4 tazzine del nero elisir può ridurre di circa il 4% il rischio di depressione.

Gli italiani non bevono il caffè, lo degustano

«In Italia si beve tanto caffè e soprattutto caffè di qualità. Per gli italiani bere il caffè significa vivere - commenta **Marco Bazzara**, sensory project manager e Academy Director della Bazzara Academy.

«Trieste, come tutta l'Italia, ha un legame particolare con questo prodotto, ecco perché lo ama: non si beve semplicemente ma si degusta, io la chiamo "arte del degustare", un legame che si è rafforzato ed è andato avanti negli anni grazie sì alla nostra storia, ma anche alla passione di grandi professionisti noti in tutto il mondo, agli eventi, come la fiera internazionale del caffè TriestEspressoexpo, e all'intero comparto di cui orgogliosamente faccio parte».



Caffè? Meglio degustarlo puro

«Il caffè crea piacere. È un momento magico a cui non si può rinunciare - continua Bazzara - Certo, per chi ne degusta tanti come me è consigliabile scegliere una miscela che abbia poca caffeina, e quindi tanta arabica. Da non sottovalutare, poi, in un mondo in cui l'importanza alla salute e al rimanere in forma è diventata sempre più fondamentale, che il caffè ha zero calorie: perfetto alleato quindi anche della linea. Ecco perché continuo a sostenere che bisogna imparare a degustarlo puro, non solo per evitare gli effetti dannosi che lo zucchero può arrecare al nostro organismo, ma anche e soprattutto per imparare ad apprezzare gli aromi e la miscela nella sua vera essenza, diventando così appassionati e consapevoli degustatori».

cod 99751

Per informazioni:

www.bazzara.it/formazione/





Soluzioni innovative e profittevoli, ma anche strumenti di marketing. Così come per i ristoranti anche gli alberghi possono cambiare la carta dei loro menu affinché stimolino la scelta dei propri clienti. Ecco tutti i consigli di Giacomo Pini, esperto di marketing della ristorazione

Come trasformare l'hotel in un luogo per mangiare bene

di ***Martino Lorenzini***

Strategica, gourmand, ma anche sostenibile, attenta al minimo spreco e, soprattutto, in grado di soddisfare una clientela ben più variegata di un tradizionale locale di ristorazione. La ristorazione in hotel ormai è sempre più lontana dal concetto di «pensione completa». I desideri e soprattutto i gusti degli ospiti si sono evoluti e formule di accoglienza che fino a qualche tempo fa andavano ancora per la maggiore ora sono in netto declino. Per chi investe nell'accoglienza **è necessario valorizzare al meglio il proprio ristorante sfatando una volte per tutte il luogo comune secondo cui in un albergo in genere si mangia male**.

E ovviamente il fulcro di questa rivoluzione è il menu. Da tempo molti ristoratori stanno dicendo addio ai vecchi menu e alle altrettanto desuete proposte ristorative per usufruire di soluzioni all'avanguardia e in grado di aumentare drasticamente i margini di profitto. Una carta sempre più attenta ai concetti di spreco, sostenibilità, territorio, ma anche versatile e differenziabile, in grado di coprire un servizio particolare come quello in camera. D'altronde chi fa ristorazione in hotel ha una difficoltà in più da fronteggiare rispetto a un tradizionale locale, ovvero quella di avere una cucina capace di accontentare un pubblico variegato di «forestieri», come quello che frequenta un albergo, e al tempo piacere anche ai «locali».

Giacomo Pini è un consulente ed esperto di marketing della ristorazio-

ne, nonché fondatore di GpStudios, e, non da ultimo, autore dei fortunati libri "Risto Boom. Crea il successo del tuo locale", "L'Arte del Breakfast" e "Il marketing territoriale dell'Italia che non ti aspetti. Come vendere i luoghi magici fuori dai circuiti turistici commerciali". Ecco i consigli di Giacomo Pini affinché un albergo si trasformi in un «luogo del mangiar bene», grazie a un menu sostenibile, ma anche profittevole.



L'approccio per un menu innovativo

Quando si progetta il menu di in hotel si usa lo stesso approccio che si ha in un ristorante tradizionale? Per Giacomo Pini, la sostanza è la medesima, ma con il ristorante dell'hotel c'è una differenza di cui tenere conto.

«**La ristorazione alberghiera sta vivendo un momento di espansione fortissima e di innovazione a livello di formule e modelli di business, dal ristorante o la pasticceria che porta la firma di noti chef al bistrot d'hotel** - ha spiegato il fondatore di GpStudios - Certo è che a differenza di un ristorante tradizionale, un hotel ha a che fare con diversi momenti di consumo e quindi può potenzialmente variare tra una serie di offerte specifiche per il momento colazione, il pranzo e la cena, ma anche per merende e aperitivi. **L'importante è avere sempre in mente i concetti di sostenibilità e riduzione al minimo degli sprechi**».

Un menu vincente

Per Pini, la soluzione per un menu vincente è quella che soddisfa la clientela. «Questa è potenzialmente molto più variegata rispetto a un locale specifico di ristorazione - ha ripreso l'esperto di marketing della ristorazione - E quella che al contempo rende il comparto funzionale alle vendite e alla generazione di un margine adeguato a raggiungere obiettivi di business. In questo senso, nella costruzione del menu in hotel bisogna tenere conto della tipologia della struttura ricettiva, delle caratteristiche degli ospiti che la frequentano, e delle risorse a disposizione».

Per Pini è «inutile creare un menu raffinato pieno di referenze dalle lavorazioni lunghe e articolate se non si ha una struttura interna adeguata, a meno che il tutto non passi da terzi. **Quello che è importante curare oltre alla scelta delle referenze da inserire in carta è la formazione del personale, tanto in cucina quanto in sala**. D'altronde, la ristorazione in hotel è parte integrante dell'esperienza dell'ospite e ne influenza tantissimo la percezione e il giudizio finale».



Il servizio in camera

Per Pini se un albergo fra i suoi servizi prevede il menu in camera potrebbe essere necessario fare ricorso ai prodotti semilavorati. «La carta deve facilitare preparazione con semilavorati o prodotti semplicemente da rigenerare - ha ripreso il fondatore di GpStudios - Il tutto dipende anche dagli orari di attivazione del servizio. Se si tratta di un servizio "all day", diventa indispensabile pensare alle ➔

prenotazioni online, tramite apposita App, che incentiva la richiesta del servizio da parte dell'ospite. E i numeri parlano da soli. Un hotel resort 4 stelle da 205 camere è riuscito a generare oltre 25.000 dollari in più di ricavi dal servizio room service semplicemente **fornendo in ogni stanza un tablet con collegamento diretto all'App mobile contenente il menu in versione digitale, quindi facilmente molto più "visual" e adatto per la vendita in upselling** (*strategia di vendita che consiste nell'incoraggiare i clienti a comprare la versione a maggior valore aggiunto di un certo prodotto rispetto a quella che intendevano acquistare originariamente, ndr*) e **cross-selling** (*consiste nella pratica di offrire ai clienti prodotti compatibili con quelli che stanno acquistando, ndr*), e **la possibilità di ordinare con pochi clic, senza dover alzare la cornetta del telefono in camera**. Miglioramento della qualità e personalizzazione del servizio saranno garantiti».

Per chi non ha la forza di implementare e gestire internamente un servizio F&B in camera, per Pini può comunque sfruttare la tecnologia per proporre una selezione di locali della zona con cui ha attiva una collaborazione in co-marketing presso cui l'ospite può ordinare il suo pasto "a domicilio" e trovarselo sul conto della camera.

«Chi ha applicato questa soluzione si è trovato con un più elevato tasso di soddisfazione tra i propri ospiti, ovvero un 70% in più - ha spiegato Giacomo Pini - E maggiore soddisfazione significa maggiori profitti e maggior passaparola positivo».

La clientela esterna

Quando il ristorante di un hotel è aperto anche alla clientela esterna Pini suggerisce di valutare eventualmente l'introduzione di un «menu doppio». «In questo modo è possibile fornire una carta specifica per la clientela esterna e per la clientela interna - ha ripreso il fondatore di GpStudios - Potrebbe essere la stessa offerta con prezzi modificati a favore di chi pernotta già in struttura, oppure due offerte differenti, una più locale e una più internazionale. Anche qui per decidere quale strada prendere sono da valutare diversi fattori, tra cui anche la capacità produttiva e di servizio, la geolocalizzazione e la tipologia di clientela».

I menu dei family hotel

Per Pini, quando ci si ritrova a gestire un family hotel «**i piccoli ospiti diventano i protagonisti, è importante pensare a un menu specifico per loro all'insegna della buona alimentazione anche quando si è lontani da casa** - ha dichiarato l'esperto di marketing della ristorazione - Potrebbe essere elemento differenziante e punto di forza proporre un menu che li aiuti a scoprire nuovi sapori, oppure piatti unici curando anche la presentazione del piatto per renderlo più divertente da vedere e da consumare». cod 99438



HOTEL E RISTORANTI

Alzare i prezzi in vista del boom di turisti? Non è mai la soluzione giusta

Le abitudini dei consumatori non si stanno modificando solo per le preferenze del piatto, del servizio o del prodotto, ma nell'insieme dei fattori che compongono l'esperienza che deve essere sostenibile anche economicamente





di ***Massimo Artorige Giubilesi***

Founder & ceo Giubilesi & Associati
Chairman FCSI Italian Unit

Solo qualche mese fa, tutte le previsioni di un'estate brillante per il settore dell'ospitalità abbondavano di entusiasmo e prevedevano la ripresa "definitiva" del comparto. Si parlava di "numeri stratosferici mai visti prima" e che secondo il rapporto "Tourism Forecast 2023" dell'Istituto Demoskopika, avrebbero dovuto prevedere 127 milioni di turisti in Italia nel 2023, con oltre 442 milioni di pernottamenti, ovvero il valore più alto registrato dal 2010 ad oggi. Ma fare i conti senza l'oste si è rivelato, per ennesima volta, inutile e per il caso specifico, alquanto dannoso. Buona parte degli operatori, partiti in quinta, sono stati costretti a tirare bruscamente il freno a mano e di conseguenza subire gli effetti d'urto, rimbalzando indietro quasi alla stessa velocita di partenza.

Inflazione e clima: le cause del mancato sold out?

Già ad agosto, Federturismo aveva iniziato il dietro front annunciando un calo record di -30% della domanda, dando la colpa all'inflazione come principale colpevole per il mancato sold out. Nell'elenco delle comode (soprattutto per le istituzioni) scuse non è potuto mancare anche il discorso climatico che... udite, udite, ha comportato un cambiamento delle abitudini dei consumatori, con la relativa sofferenza per il settore! Riassumendo quindi: le sbagliate previsioni a inizio stagione, guarda caso, hanno trovato la propria spiegazione nei due fenomeni con i quali conviviamo ormai da qualche anno; quindi, fingere di non averli visti fino adesso, mi pare veramente poco serio e fuori luogo.

Non ci voleva un genio della matematica o un esperto di economia per trarre le stese conclusioni, ancor prima di sventolare aspettative di boom per un settore tanto esposto e sofferente

di fronte ai mercati (energetici e di materie prime) e strettamente connesso al potere d'acquisto dei consumatori.

Biglietti aerei, carburanti e hotel: i prezzi che hanno rovinato l'estate

Il caro biglietto aereo non ha spaventato i turisti nostrani che hanno preferito spendere i propri soldi nei paesi vicini, dove spiagge, bagnate dello stesso eccellente mare, offrivano sdraio e lettini comodi, anche per i portafogli. Non dimentichiamo poi la speculazione sui costi dei carburanti in pieno agosto. Se ne sono accorti gli operatori italiani: secondo quanto riporta il Sole 24Ore, il 28% degli italiani (cioè, oltre 1 su 4 tra coloro che viaggiano) ha deciso di trascorrere una vacanza all'estero, spinti spesso dalle offerte più convenienti oltre che appetibili.

Una ricerca della società di consulenza Str, pubblicata sul Corriere della Sera, evidenzia che l'Italia registra uno degli incrementi più alti in Europa del costo giornaliero per il pernottamento in albergo (+12,3% rispetto al 2022): sono aumentati i costi dei trasporti, dei pacchetti venduti dalle agenzie e degli alloggi, in maniera più marcata rispetto a paesi dell'Europa del sud molto legati al turismo come Grecia e Spagna.

Le associazioni di categoria, ma anche le agenzie di viaggio, confermano le cifre che a livello pratico si sono trasformate in una riduzione del 20% in Sardegna delle prenotazioni fatte da turisti italiani per luglio e agosto 2023. A luglio, l'Istituto regionale della programmazione economica della Toscana, organo di consulenza del governo regionale, ha stimato che nei primi tre mesi del 2023 i turisti toscani che hanno visitato località in Toscana sono diminuiti del 9% rispetto al 2019, ultimo anno "normale" pre-pandemia.

E i turisti italiani vanno in Albania...

Non mancano dati interessanti anche sulle partenze dall'aeroporto internazionale di Bari, il più grande della Puglia: nel luglio del 2023 le partenze per l'Albania, paese costiero dove il settore turistico è in grande espansione e il costo della vita sensibilmente più basso rispetto all'Italia, sono aumentate del 58% rispetto al luglio del 2022 (fonte Repubblica). Lo stesso l'istituto di ricerca Demoskopika, che a maggio prevedeva la "crescita mai vista", ha quantificato gli aumenti dei prezzi al 9% rispetto al 2022.



Possiamo dunque anche sorvolare i fiumi d'inchiostro che si sono versati ultimamente sull'aumento eccessivo dei prezzi, la mancanza delle materie prime, il costo dei carburanti, la qualità dei servizi e il personale sottopagato, solo per citare alcune delle polemiche che ogni estate si trasformano nel solito tormentone, e che finiscono in dimenticatoio, non appena si chiudono gli ombrelloni. Vale la pena però rendersi conto che le solite chiacchere tra operatori e consumatori si stanno evolvendo in una direzione destinata a costringerci a rivedere il radicato e comune immaginario concetto di "eccellenza" dei nostri mari, montagne, prodotti e piatti, alberghi e ristoranti.

Diventa indispensabile prendere coscienza del fatto che le abitudini dei consumatori non si stanno modificando solo dal punto di vista delle preferenze del piatto, del servizio o del prodotto in sé stesso, ma soprattutto nell'insieme dei fattori che compongono la famigerata "esperienza" che deve essere sostenibile anche economicamente.

A breve partirà la stagione invernale (sperando ci sia neve) e mi auguro che gli operatori non commetteranno gli stessi errori di sopravvalutazione delle prospettive di mercato con offerte sproporzionate, ovvero sottovalutando le abilità dei consumatori nello scegliere il meglio.

Ed è quel meglio, frutto delle scelte dei consumatori, che rimarrà l'unico fattore che determina ciò che anche nel futuro si potrà associare alla parola eccellenza. cod 99768

Per informazioni:
www.giubilesiassociati.com



CHIEDI A...
ANTONIO CUOMO
CHEF CULINARY ADVISOR DEBIC



GELATINA, l'asso nella manica di ogni Chef

La gelatina è un punto di riferimento tra cucina e pasticceria. Alla fine degli anni settanta, Gaston Lenôtre ha reso popolare questo ingrediente che è diventato la base di mousse, bavaresi ed entremets basati su nuove ricette e tecniche fondamentali in tantissime ricette. Storicamente di origine animale (derivate da tessuto connettivo o lische di pesce), oggi fra le gelatine stanno riscuotendo un successo sempre maggiore le varianti di origine vegetale, sia per una questione etica, sia perché, grazie a decenni di ricerca degli chef, sono state evidenziate caratteristiche migliori rispetto alle classiche gelatine animali. Le gelatine sono molto utilizzate in alta cucina e oggi assicurano risultati di assoluto livello. La spinta decisiva per la popolarità delle gelatine vegetali è arrivata dai fratelli Adrià, dello storico ristorante El Bulli di Roses in Catalogna: essi hanno sperimentato nuove intuizioni e allargato i confini della gastronomia, facendo anche ampio uso di proprio di gelatine alternative.

Nonostante il successo di nuovi addensanti, come burro di cacao, pectina, agar, lo standard su cui lavorano molti professionisti di oggi rimane ancora la gelatina tradizionale, che sia in fogli o in polvere. È quasi impossibile realizzare una mousse professionale o una bavarese senza gelatina, perché essa dona un'ariosità e una stabilità uniche. A seconda delle caratteristiche delle varie tipologie utilizzate si può regolare la consistenza, oppure si può aiutare a stabilizzare il prodotto o preservarne le caratteristiche nel tempo in caso di preparazioni particolarmente suscettibili al deterioramento. Per determinare le caratteristiche di ogni varietà di gelatina esistono le etichette, come oro, argento e bronzo, che indicano purezza e altre qualità. Oggi come unità di misura per

Il segreto dello chef

Per ottenere un effetto simile alle qualità conferite dalla gelatina, quali mantenimento e stabilizzazione, Debic suggerisce l'utilizzo di **Prima Blanca**: un prodotto già emulsionato grazie all'alginato, un forte addensante derivante dalle alghe. Grazie a questa caratteristica la panna Prima Blanca consente di ottenere preparati di vario tipo, che siano una spuma, una mousse o una panna montata, senza aggiunta di alcun addensante, perché quel tipo di qualità è già presente nel prodotto.

Addensare



determinare la forza e il potere di rigonfiamento si utilizza il Bloom, in una scala compresa tra 135 e 275. Col passare degli anni la ricerca ha restituito prodotti dalle proprietà più disparate, basti pensare ad elastic, una gelatina vegetale derivante dalla cucina molecolare in grado di raggiungere livelli di elasticità mai visti prima, così da permettere agli chef di giocare con le forme e di creare un effetto visivo senza precedenti.

Ad oggi, l'uso di addensanti in cucina è cruciale, soprattutto per quanto riguarda l'utilizzo di gelatine naturali di origine vegetale. Nella dispensa del cuoco o del pasticcere di livello, l'agar, la gomma di xantano e di gellano non possono mancare e meritano un posto di risalto accanto alla gelatina classica. L'agar (E406) è un gelificante vegetale estratto dalle alghe rosse: per ottenere una gelificazione perfetta, è necessario scioglierlo in un liquido e poi continuare a farlo bollire: il grande vantaggio dell'agar è che si mantiene perfettamente e ha una solida struttura anche a temperatura ambiente. La gomma di xantano (E415) invece è un addensante insapore usato per ottenere una maggiore viscosità senza far bollire la miscela, in modo da conferire un gusto ancora più naturale al preparato. Ottenere un gel o gelatina è semplice: basta mescolare la gomma di xantano a temperatura ambiente con un liquido a scelta. Proprio per la sua facilità di applicazione è molto pratica da usare per velocizzare i tempi di preparazione. La gomma di gellan (E418), invece, è un estratto vegetale la cui migliore caratteristica è la resistenza al calore. Perfetta per dare una finitura trasparente ad una gelatina o un aspic, può anche essere usata per creare gelatine lucide e tagliabili o per decorare torte e dolci. cod 99676

Per informazioni:
www.debic.com/it-it

Il consiglio dello chef

Prima Blanca di Debic

Prima Blanca Debic è una panna omogeneizzata, al 38% di grassi, ottenuta per centrifuga da latte vaccino crudo 100% italiano. Questa panna è caratterizzata da un altissimo potere sostenitivo e da una grande consistenza, oltre che da un colore bianchissimo e un gusto pieno e fresco. Prima Blanca Debic, la cui crescita di volume supera il 15%, è ideale per tutte le applicazioni di pasticceria e decorazione proprio in virtù della sua capacità di mantenere il suo colore bianco fresco su tutte le applicazioni.



La ricetta

Tartare di branzino, aneto pinoli, gel di pomodoro ed agrumi





Gusto sul green

Ristogolf in scena al Barlassina Club

Per la quinta tappa del Circuito Ristogolf 2023 by Allianz ritroviamo lo spirito e la voglia di divertirsi dei Ristogolfisti al Barlassina Country Club di Lentate sul Seveso (Mb), dove l'accoglienza è firmata da Pasticceria Cova Montenapoleone 1817. Via alla gara e subito alla buca 2 i cuochi del ristorante Da Vittorio dei fratelli Cerea compongono live un panino tonnato, accompagnato da Cantina Bertani, rete Valpantena. In buca 4 ecco la chef Edi Dottori per Koppert Cress: una crescia sfogliata con pomodoro, insalata, Borage Cress e Floregano®. Leggero, gustoso, irresistibile. A scelta un bianco e un rosso di Costa Arènte, Valpantena. Alla buca 7 un pit-stop dolce con i pastry chef di Pasticceria Cova Montenapoleone 1817: sublime!



Non da meno il drink con Acqua delle Stelle di Azienda Agricola Pernigo by Valpantena e il Gian The Gin di Bulk. In buca 9 le bowls di The Leaf Catering & Co (Barlassina Country Club): tanti ingredienti da comporre a proprio gusto, sorseggiando i vini La Collina dei Ciliegi, Valpantena.

Una giornata indimenticabile: i sorrisi dei giocatori, la simpatia degli chef, i green a regola d'arte e naturalmente le golose buvette! Alla buca 12 MainstrEAT Food Truck prepara il burger 100% vegetale di Martino Rossi. Per il wine pairing due proposte della rete Valpantena, Ripa della Volta e Ottella. I Ristogolfisti hanno un solo pensiero: cosa ci sarà alla prossima buvette? In buca 15 la pizza gourmet di Molino Dallagiovanna e la focaccia con gorgonzola Palzola. E se i forni Haier ci regalano croccanti impasti, le cantinette vino mantengono in fresco Champagne Tsarine.

In buca 17 si gioca con la frutta semicandita Vitalfood da scegliere sopra al gelato e un buon caffè con WeFor. Sempre presente l'acqua Valverde. A intervallare il percorso enogastronomico gli sponsor Allianz, CESVI, Penske Cars, Callaway, Grupo Adma, Agnelli Since 1907, Haier e Axpo Italia. Si conclude la 18 e tutti in club house!



Sulla cucina equipaggiata con gli elettrodomestici Haier comincia lo showcooking: apre la mixology del Bulk Mixology Food Bar, seguono chef Stefano Viganò del ristorante Camp di Cent Pertigh (Carate Brianza - Mb) e Eduardo Gadda, pastry chef di Pasticceria Cova Montenapoleone 1817 (Milano). Spazio alle premiazioni, per concludere con il gourmet party del ristorante Da Vittorio dei Cerea. Ma prima l'assaggio di Coppini Arte Olearia e il brindisi al tavolo con Tsarine Champagne. Una giornata indimenticabile che conclude le tappe del Circuito Ristogolf 2023 by Allianz! cod 99622

Per informazioni:
www.ristogolf.com





SOTTO LA TOQUE: CREATIVO, RISERVATO, CURIOSO

EMANUELE RENGO



di ***Carla Latini***

Creativo, riservato, curioso. Queste le tre parole per definire **Emanuele Rengo**, chef del ristorante Vis à Vis, cucina e eventi di Orvieto (Tr). Tutto ha inizio nella grande cucina di famiglia, immersa nella campagna. La madre e le nonne fanno scattare in lui l'amore per i fornelli, scandito dal ritmo delle stagioni, nelle quali trovare i sapori genuini e intensi delle materie prime, autoprodotte. Da lì alla scuola alberghiera il passo è breve. Poi stage, servizi e attività per mettere davvero le mani in pasta.

Arriva, quindi, il mondo del lavoro. Tante esperienze in ristoranti con caratteristiche differenti tra loro: dalle tradizioni umbre alla cucina italiana a 360°. Sette anni fa, la svolta! L'incontro con colei che da lì a poco sarebbe diventata sua moglie e che ha rivoluzionato la sua vita e il suo approccio alla cucina: Rea. Vegetariana già da anni, porta Emanuele alla riscoperta del mondo vegetale che, vivo nei suoi ricordi d'infanzia, è stato omesso dalle esperienze lavorative. Confrontarsi con lei, cucinare per lei e iniziare a progettare la loro vita insieme ha fatto scattare il desiderio di studiare, ricercare e mettersi alla prova proprio in questo campo. Rea propone di «creare qualcosa di nostro»: per armonizzare vita, famiglia e lavoro. Le condizioni necessarie e sufficienti ci sono tutte: un casale immerso nella campagna, un cuoco e un'organizzatrice e padrona di casa. Nasce così il progetto di vita e cucina Vis à Vis. Sì, faccia a faccia, tra loro, con gli ospiti, con la natura, un progetto di cucina vegetariana nel cuore del l'Umbria. Emanuele scopre che il mondo vegetale è il suo mondo. cod 99759

- ***Da bambino cosa sognavi di diventare?***
Il cuoco
- ***Il primo sapore che ti ricordi.***
La colazione di mia nonna
- ***Qual è il senso più importante?***
Olfatto
- ***Il piatto più difficile che tu abbia mai realizzato.***
L'ottima realizzazione di un risotto
- ***Come hai speso il primo stipendio?***
L'attrezzatura per pesca sportiva
- ***I tre piatti da provare almeno una volta nella vita.***
Tortellini in brodo, risotto alla milanese, sfogliatella riccia
- ***Cosa non manca mai nel frigo di casa tua?***
Maionese
- ***Qual è il tuo cibo consolatorio?***
Sicuramente la zuppa inglese (però quella che preparava nonna)
- ***Che rapporto hai con le tecnologie?***
Cerco di stare al passo con i tempi anche se non è facile
- ***All'Inferno ti obbligano a mangiare sempre un piatto: quale?***
Insalata caprese
- ***Chi inviteresti alla cena dei tuoi sogni?***
Mia moglie Rea
- ***Quale quadro o artista rappresenta meglio la tua cucina?***
Mi rivedo nel movimento dell'espressionismo
- ***Se la tua cucina fosse una canzone quale sarebbe?***
"Vivere a colori" di Alessandra Amoroso





Ferdinando Simeoli

«Qui la pizza è un'esperienza»



di ***Gabriele Ancona***

«Il mio incontro con il mondo della ristorazione è iniziato quasi per gioco, perché in realtà mi occupavo d'altro. Ero programmatore di macchine utensili. Poi la passione che sboccia e tanto studio per apprendere l'arte della pizza e della gastronomia». Una dichiarazione spiazzante quella di **Ferdinando Simeoli**, da quasi tre anni alla guida del locale che a Pozzuoli (Na) porta il suo nome.

La formula "Equilibri di Gusto" è dedicata alla cultura della pizza. Qui la tradizione è reinterpretata da indiscusse competenze tecniche conquistate sul campo giorno dopo giorno e da una ricerca senza sosta di materie prime che sappiano fare la differenza.

Ristopizzeria di alta gamma

«Qui non si viene a mangiare la pizza e poi si scappa, - spiega - offriamo un'esperienza, frutto del nostro massimo impegno nella manipolazione degli ingredienti, in cucina e in sala. L'impegno di uno stellato. Possiamo definirci una ristopizzeria di alta gamma». Fritture e antipasti, compreso un tagliere di crudi mare, introducono le pizze. Oltre trenta voci in menu, tra classiche e contemporanee.

«Mi piace ricordare - annota Simeoli - la Rotolando verso Sud , a base di pomodoro del piennolo giallo e rosso, alici del Cantabrico, stracciatella di bufala, origano di Pantelleria, olio di Assisi. Molto richiesta, un vero cavalli di battaglia, la Casertana, che prevede vellutata di peperone rosso, salsiccia di maialino nero casertano e all'uscita burrata di provola, pepe nero al mulinello, olio Oro di Caiazzo».

La svolta grazie ad Antimo Caputo

A monte uno studio intenso delle farine. «Quando ho conosciuto Antimo Caputo, alla mia vita professionale è stata impressa una svolta importante. Antimo mi ha spinto a fare qualcosa di più grande e mi ha dato la carica vincente. In laboratorio le farine Mulino Caputo sono una costante. Realizziamo un preimpasto con Nuvola Super e dopo 16-18 ore operiamo il rinfresco con una miscela a base di farina Tipo 1, Aria, Nuvola e Rossa».



Un legame con Mulino Caputo molto stretto che si è sviluppato in una collaborazione come consulente e che gli ha permesso di visitare pizzerie internazionali e di partecipare a numerosi eventi. Sulla scia di queste esperienze, inevitabile il debutto a Pozzuoli del Ferdinando Simeoli, oggi punto di riferimento per i cultori della pizza e per i palati più sensibili. cod 96715

Antica Pizzeria Nennella
081 400206
 www.mulinocaputo.it

Ivan Signoretti



Il Cortile in Centro

Pizze gourmet e attenzione alle materie prime

I LOCALI DEL CUORE
CIRIO 1856 Alta Cucina

di ***Gabriele Ancona***

Due Spicchi del Gambero Rosso, il locale di tendenza e sostanza di Ivan Signoretti è un punto fermo del territorio. Sapori, colori, profumi, combinazioni e i pomodori di Cirio Alta Cucina

Ivan Signoretti, oggi 47enne, lo afferma con vigore ed entusiasmo: «Sono nato tra i fornelli dell'albergo di famiglia a Bellariva di Rimini. La scuola di cucina è stata una strada

obbligata, così come la pratica nelle intense stagioni estive». Ma poi arrivano quelle invernali e una mente tenace come quella di Ivan non si siede sugli allori e punta diretta al mondo pizza per assicurarsi una continuità professionale. Via quindi agli approfondimenti su lievitazione e farcitura. Il risultato è un secondo diploma in questo settore.

Nel 2008 è uno stagista a San Patrignano, mentre viene inaugurata Sp.accio, la pizzeria della comunità. Il primo passo verso l'autonomia. Coltivando la sua passione, Signoretti si fa strada nel mondo dell'arte bianca e nel 2015 conquista il premio Miglior Pizza dell'anno dal Gambero Rosso. Nel 2017 inaugura a Rimini Il Cortile in Centro, due spicchi nella Guida Pizzerie d'Italia sempre del Gambero.

Un'esperienza food di primo piano

«Abbiamo appena rinnovato il locale per renderlo ancora più accogliente e in linea con l'esperienza food che offriamo alla clientela», spiega. Un'esperienza che si traduce in una decina di pizze classiche e in altrettante con il vestito gourmet. Ampio spazio, con proposte dedicate, anche per le fasce di clientela vegetariana e vegana. «Impasti a lunga lievitazione e materie prime davvero di alto livello rappresentano la base e sono il filo conduttore della nostra tavola», sottolinea Signoretti.

Il pomodoro, ingrediente di spicco

Il disco della pizza è come la tela per un artista, il punto di partenza per creare sapori, colori, profumi, combinazioni. E sul pomodoro, ingrediente di fondo che accoglie e abbraccia tutti gli altri, non si può sbagliare. «Da anni il nostro referente è Cirio Alta Cucina



- puntualizza Ivan Signoretti - prodotti freschi e genuini, garantiti da una grande azienda che mi piace definire artigianale e che ne assicura tracciabilità, resa e costanza. Per non parlare dei profumi. La natura che entra in cucina. Utilizziamo i Datterini Gialli e Rossi, La Rustica e i Fior di Filetti da Pelati; dalla consistenza polposa, assicurano gusto fresco e intenso».

Tanti sapori in armonia

I Datterini Rossi e Gialli sono presenti sulla pizza Mediterraneo, con alici, capperi di Pantelleria, Bufala Stg di Paestum e origano di Pantelleria. Altra classica molto apprezzata è la Margherita Stg con Bufala e pomodoro Cirio in passata, che conferisce grande corposità. «Tra le proposte gourmet è da segnalare la pizza Pavonia - puntualizza Signoretti - prevede tonno in tataki, cipolla caramellata e Datterino Giallo. Un'altra ricetta che impreziosisce la nostra carta prevede Passata di Datterino Giallo, che rinfresca la pizza, finocchiona, Squacquerone Romagnolo, carciofino rustico, cipolla croccante». cod 99514

Il Cortile in Centro
327 5959602
www.cirioaltacucina.it



Tappa golosa a Dolciarte La pasticceria boutique di Avellino

La pasticceria di Carmen Vecchione, una delle poche donne di Ampi-Accademia maestri pasticceri italiani, è nel centro della città. Nei suoi dolci i prodotti del territorio a partire dalla castagna di Montella

di ***Francesca Tagliabue***
per conto di AMPI

Stretta tra mari e monti in una valle fertile di origine vulcanica (la conca avellinese), Avellino è parte dell'Irpinia, regione con una storia ricca e travagliata. Sebbene sia stata in gran parte ricostruita dopo i bombardamenti della Grande Guerra e il terribile terremoto del 1980, Avellino (città e dintorni) offre spunti interessanti al visitatore: nel punto più elevato della parte antica, chiamato la Collina della Terra, si erge il più bell'edificio sacro della città, costruito nel XII secolo, il Duomo di Santa Maria Assunta e di San Modestino, patrono di Avellino, dall'elegante facciata in marmo. Nata in stile romanico, nei secoli successivi la cattedrale venne restaurata in stile barocco fino ad arrivare all'attuale neoclassico. La Torre dell'Orologio, simbolo di Avellino, anch'essa in stile barocco, si erge in piazza Amendola, dove si trova anche lo splendido Palazzo della Dogana, di cui oggi rimane solo la facciata.

Avellino, un paradiso per bongustai e golosi

La capitale dell'Irpinia è anche nota per i prodotti tipici (vini come il Fiano di Avellino, il Taurasi e il Greco di Tufo Docg, esportati in tutto il mondo; il tartufo nero di Bagnoli, formaggi come il caciocavallo irpino, la nocciola di Giffoni Igp) che regalano intensi sapori agli amanti della buona cucina. La città è tra le prime in Italia per la produzione di nocciole; tutt'intorno diffusi vigneti di aglianico, greco, coda di volpe e fiano. Tipica di Avellino è poi la Castagna di Montella, primo e unico caso in Italia di prodotto ortofrutticolo cui è stata riconosciuta la denominazione d'ori-

Carmen Vecchione

gine controllata (Doc), poi sostituita con l'indicazione geografica protetta (Igp).

«Avellino e provincia si fregiano di ben tre Docg, ci sono tantissime cantine, aziende di formaggi, di salumi - dice **Carmen Vecchione**, maestra AMPI-Accademia maestri pasticceri italiani (è una delle poche donne dell'Accademia, ndr) - La nostra enogastronomia vale sicuramente il viaggio, ma va spinta di più».



Dolciarte, la pasticceria di Carmen Vecchione

Nel centro storico di Avellino si trova Dolciarte, pasticceria boutique di Carmen Vecchione. Dopo una laurea in Economia e un'esperienza in cucina come cuoca, scatta l'improvviso innamoramento per l'arte dolce, complici tra l'altro il cioccolato e il lievito madre.

In breve, Carmen trasforma la sua pasticceria di Avellino in un tempio per golosi: locali, di passaggio e gourmet. «Ci sono tanti turisti curiosi che passano dalla città e vengono da noi, ma la gran parte dei miei clienti è fidelizzata, mi seguono sui social per essere i primi a scoprire la prossima delle mie limited edition - racconta Carmen Vecchione - Inoltre, siamo in una zona centrale, di uffici e scuole: apriamo infatti alle 8 di mattina, quando arrivano genitori e insegnanti, siamo ormai un punto di riferimento».



Maritozzo con cacao e farina di castagne e farcito con crema di castagne e panna

Nei dolci di Carmen Vecchione la castagna di Montella

Territorio verde ricco di boschi, l'Irpinia è caratterizzata dalla presenza di magnifici castagneti, e le castagne sono uno degli ingredienti cui la maestra AMPI, sempre molto attenta alle produzioni del suo territorio, è più affezionata; le utilizza tra l'altro anche per avvicinare il pubblico e i suoi clienti alle eccellenze della sua terra.

«Ci sono dolci inediti, edizioni speciali, ma questo frutto autunnale si presta benissimo anche a una rivisitazione dei classici: ne è un esempio il mio maritozzo, fatto con cacao e farina di castagne e farcito con crema di castagne e panna. Lo propongo realizzato in versione soft, oppure vaporizzato con rum».

In vetrina in questa stagione campeggiano nuove versioni dello storico Pere e castagne, il panettone cioccolato e castagne, e magnifici marron glacé. «L'importante che le materie prime siano tutte di altissima qualità» sottolinea Carmen Vecchione. cod 99754

Pasticceria Dolciarte
0825 34719
www.dolciarte.it



Mattia Pitta
Dalla Valle d'Aosta con il sogno della mixology

Mattia Pitta è nato nel 2002 a Cervinia (Ao) da genitori ristoratori: la madre è originaria della Puglia e il padre ha radici siciliane nonostante sia piemontese. Gestiscono dal 1998 il ristorante "Al Solito Posto" di Cervinia, un luogo amato dai loro clienti.

La sua educazione nell'ospitalità è iniziata in famiglia, quando occasionalmente veniva assegnato ai tavoli del ristorante per aiutare a servire e mantenere in ordine la sala, magari dopo aver preso un brutto voto a scuola. Ma per Mattia, questa non era una punizione, ma una gioia. Durante il periodo scolastico, Pitta ha svolto stage a Cervinia, in particolare all'Hotel Hermitage, un lussuoso Relais & Châteaux, dimostrando di essere un ottimo commis di sala. Successivamente, ha lavorato al Royal e Golf di Courmayeur (Ao) e ha trascorso due stagioni al Marmore di Cervinia. Dopo aver completato la scuola, ha lavorato al Ymelotrob, un locale a Cervinia che combinava pub, musica e arte. Qui, Mattia si è reso conto che la sua vera passione e il suo futuro professionale erano legati al mondo del bar. Così Pitta ha accettato con entusiasmo l'opportunità di trascorrere una stagione estiva in Sardegna, precisamente al Valle dell'Erica, un resort di lusso immerso nella natura incontaminata della costa gallurese. Lì, ha lavorato come secondo barman in inverno e poi è tornato nella sua terra natale a Cervinia, all'Excelsior Planet.

Attualmente, Mattia si trova di nuovo alla Valle dell'Erica, al Bar Nemo, dove collabora strettamente con Irene Deiara ed Ernesto Molteni, soci fondatori di Abi Professional-Associazione barmen italiani, e rispettivamente coordinatrice della Sardegna ed ex presidente e attualmente segretario nazionale.

Pitta è coinvolto attivamente nelle iniziative associative ed è un membro dell'Accademia Abi Professional, iscritto nella sezione Valle d'Aosta. È stato selezionato come finalista nazionale e rappresenterà la sua amata valle al Concorso nazionale a Roma, dove sta lavorando duramente per creare un cocktail che sorprenda la giuria e lo porti alla vittoria.

Quando gli chiediamo cosa pensa delle associazioni, in particolare di Abi Professional, Mattia risponde in modo diretto e concreto: «Le associazioni sono come dei fari, un sostegno, specialmente per chi sta iniziando in questo settore. È importante partecipare attivamente e contribuire con le proprie risorse, poiché il percorso verso la crescita professionale richiede sacrificio. Farlo insieme a un'associazione rende il tutto più divertente. In Abi Professional ho trovato molto più di semplici colleghi. Sin dall'inizio, si sono dimostrati umili e mi hanno fatto sentire parte della famiglia». cod 99773

Foreign Lady

- 30 ml Prime arance di Bonaventura Maschio
- 20 ml crema cacao scura
- 15 ml caffè borghetti
- 15 ml isola bella vanil
- 20 ml crema di latte
- Polvere di cacao sopra

Servire in una coppetta da cocktail ben ghiacciata per gustare l'arancia, il cioccolato e i lievi sentori di caffè.

Quando l'etichetta SENZA GLUTINE non serve...

In situazioni in cui l'assenza di glutine è ritenuta scontata, l'utilizzo della dicitura non è più consentito in quanto fuorviante. Cosa cambia per bevande analcoliche frizzanti, marmellate, confetture e gelatine



di ***Tiziana Colombo***

Recenti approfondimenti condotti dal ministero della Salute in collaborazione con le associazioni di categoria e l'Associazione italiana celiachia (Aic) hanno portato a importanti modifiche nell'Abc della dieta per i celiaci, riguardante due categorie di alimenti e bevande. È fondamentale ricordare che in situazioni in cui l'assenza di glutine è ritenuta scontata, l'utilizzo della dicitura "senza glutine" non è più consentito in quanto considerato fuorviante. Pertanto, tali prodotti non potranno più riportare questa dicitura.

Bevande analcoliche

Le bevande gassate come gassosa, acqua tonica, cola, chinotto, aranciata e simili sono state confermate sicure per i celiaci. L'assenza di glutine in queste bevande è considerata ovvia.

La vera novità riguarda le bevande "light" o basso contenuto calorico (ad esempio, le bevande "zero"). Anche in queste bevande, che contengono edulcoranti, l'assenza di glutine è considerata garantita. Ciò significa che ora i celiaci possono godere di tutte le bevande a ridotto o nullo contenuto calorico senza preoccupazioni. Questa posizione è stata avallata anche da una recente indagine condotta dall'Aic in collaborazione con Federchimica, l'associazione che rappresenta i produttori di additivi. L'indagine ha evidenziato che nessuno dei principali edulcoranti utilizzati in queste bevande rappresenta una fonte di glutine.



Marmellate, confetture e gelatine di frutta

Anche marmellate, confetture e gelatine di frutta sono stati dichiarati sicuri per i celiaci dal ministero della Salute e da Unionfood, l'associazione di categoria dei produttori, coinvolta direttamente nelle valutazioni sulla sicurezza di tali prodotti.



È importante notare che sul mercato esistono "preparazioni" a base di frutta che appaiono simili a questi prodotti, ma non sono disciplinate da normative specifiche come le marmellate, le confetture e le gelatine. Pertanto, l'assenza di glutine in tali "preparazioni" non può essere considerata scontata, poiché potrebbe contenere ingredienti diversi. Al momento dell'acquisto, è essenziale verificare l'etichetta del prodotto: se riporta "marmellata", "confettura" o "gelatina" come denominazione legale, allora è sicura per i celiaci.

Massima attenzione alle etichette

Per garantire la sicurezza dei celiaci, è fondamentale leggere sempre attentamente l'etichetta degli alimenti.

Come indicato nel documento "**Le contaminazioni nella dieta senza glutine**" disponibile su **celiachia.it**, punto 10: «l'indicazione relativa agli alimenti trasformati considerati "permessi" non deve assolutamente esimere il consumatore celiaco dal controllo dell'etichetta».

Queste categorie di alimenti non forniscono indicazioni specifiche sull'assenza di glutine poiché tale assenza è considerata scontata grazie all'assenza di rischi durante la produzione e il processo di lavorazione.

Tuttavia, l'indicazione sulla loro idoneità per i celiaci rappresenta un'informativa di carattere generale e non esclude la necessità di seguire le indicazioni specifiche fornite dal produttore. cod 99762



NOVEMBRE

dal 4 al 6

"L'eccellenza europea è una forma d'arte" a Golosaria Milano

La campagna "L'eccellenza europea è una forma d'arte" parteciperà a Golorsaria, dal 4 al 6 novembre, con i marchi di qualità europea, il Prosciutto di Carpegna Dop e una selezione di prodotti Dop e Igp della regione belga

La campagna di comunicazione "L'eccellenza europea è una forma d'arte" rinnova la sua presenza a Golosaria Milano da sabato 4 a lunedì 6 novembre, con uno stand dedicato nella sezione Food, presentando ai visitatori due dei partner del progetto: il Prosciutto di Carpegna Dop e una selezione di prodotti della Vallonia Dop e Igp.

Golosaria Milano è da sempre il polo di riferimento nel mondo del gusto in Italia e l'occasione perfetta per conoscere e incontrare produttori, vignaioli e ristoratori, ma anche per discutere tendenze e idee. L'evento si terrà all'Allianz MiCo- Fieramilanocity Gate 3 e sarà diviso in diverse aree tematiche dedicate alle varie categorie di prodotto.

Nello specifico, la campagna di comunicazione "L'eccellenza europea è una forma d'arte" sarà presente con uno stand di 18 metri quadrati dedicato all'aromatico Prosciutto di Carpegna Dop e ai prodotti unici e originari della nota regione belga della Vallonia. I visitatori avranno la possibilità di degustare l'esclusivo Prosciutto di Carpegna Dop, affettato al momento da un tagliatore esperto, ma anche di conoscere gli altri prodotti della campagna attraverso la brochure informativa.

Golosaria sarà quindi l'occasione perfetta per promuovere la conoscenza e l'impegno che stanno dietro a produzioni tipiche e uniche nel loro genere, come delle vere e proprie forme d'arte.

Ulteriori informazioni relative ai capolavori di gusto protagonisti della campagna, garantiti dai marchi di qualità dell'Unione Europea, sono disponibili qui **https://it.eurofoodart.eu/**.

cod 99794

La Campagna di Comunicazione Europea "L'eccellenza europea è una forma d'arte", volta a informare i consumatori e rafforzare la loro conoscenza sui marchi di qualità europea, accomuna 13 eccellenze certificate Dop e Igp provenienti da tre Paesi: il Prosciutto di Carpegna Dop, eccellenza tutta made in Italy, le Pruneaux d'Agen Igp, le note prugne provenienti dalla Francia, e undici prodotti Dop/Igp originari della Vallonia, regione del Belgio. Prodotti, questi, unici e speciali per il loro territorio d'origine, per la loro storia e tradizione produttiva oltre che per l'impegno di tutti coloro che da sempre lavorano per tramandare la passione, la cura e la dedizione per dei prodotti e sapori d'eccellenza. Scegliere un prodotto Dop o Igp vuol dire quindi scegliere un capolavoro di gusto autentico ed ineguagliabile.









CAMPAGNA FINANZIATA CON L'AIUTO DELL'UNIONE EUROPEA



Il contenuto di questa campagna promozionale rappresenta soltanto le opinioni dell'autore ed è di sua esclusiva responsabilità. La Commissione europea e l'Agenzia esecutiva europea per la ricerca (REA) non accettano alcuna responsabilità riguardo al possibile uso delle informazioni che include."

Italia a Tavola

NETWORK DI COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE



Edizioni Contatto srl unipersonale
via Piatti, 51 · 24030 Mozzo (Bg)

Direttore responsabile
Alberto Lupini · alberto.lupini@italiaatavola.net

Redazione
Tel 035 460563 · 351 8391052 · redazione@italiaatavola.net

Matteo Scibilia (*responsabile scientifico*) · matteoscibilia2013@virgilio.it
Gabriele Ancona (*vicedirettore*) · gabriele.ancona@italiaatavola.net
Piera Genta (*inviata*) · pieragenta@libero.it
Alessandro Creta (*redattore*) · alessandro.creta@italiaatavola.net
Jenny Maggioni (*redattore*) · jenny.maggioni@italiaatavola.net
Nicholas Reitano (*redattore*) · nicholas.reitano@italiaatavola.net
Elisabetta Passera (*segreteria di redazione*) · redazione@italiaatavola.net
Brian Vavassori (*segreteria di redazione*) · brian.vavassori@italiaatavola.net
Riccardo Melillo (*grafica e impaginazione*) · riccardo.melillo@italiaatavola.net
Alessandro Venturini (*Seo & Web manager*) · alessandro.venturini@italiaatavola.net

Comitato scientifico
Giorgio Antonio Donegani, Massimo Artorige Giubilesi, Sergio Mei, Matteo Scibilia

Editore
Mariuccia Passera · mariuccia.passera@italiaatavola.net

Amministrazione
segreteria@italiaatavola.net

Pubblicità, eventi e marketing
Tel 035 615370 · 351 8391052 · direzionecommerciale@italiaatavola.net
Andrea Lupini (*direttore commerciale e iniziative speciali*) · andrea.lupini@italiaatavola.net
Laura Miedico (*responsabile direzione commerciale*) · laura.miedico@italiaatavola.net
Ivana Frosio · ivana.frosio@italiaatavola.net · **Livia Gerosa** · livia.gerosa@italiaatavola.net
Daniele Cipollina (*agente per Calabria e Sicilia*) · d.cipollina@advmaiora.it

Corrispondenti di zona (*per contatti telefonici consultare il sito*)

Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta	**Piera Genta** · pieragenta@libero.it
Lombardia orientale	**Renato Andreolassi** · renato.andreolassi@alice.it
Pavia - Piacenza	**Stefano Calvi** · s.calvi@ilquattro.it
Veneto	**Giulia Marruccelli** · gmarruccelli@gmail.com
Trentino - Alto Adige	**Giuseppe Casagrande** · gcasagrande47@gmail.com
Belluno - Bolzano - Trento	**Lina Pison** · linapison@gmail.com
Friuli Venezia Giulia	**Liliana Savioli** · lilli_sa@hotmail.com
	Marina Tagliaferri · marina.tagliaferri@studio-agora.it
Emilia Romagna	**Giuseppe De Biasi** · dbpino60@gmail.com
Toscana e Umbria	**Alessandro Maurilli** · a.maurilli@almapress.net
	Claudio Zeni · zeniclaudio@alice.it
Lazio	**Mariella Morosi** · mariellamorosi@hotmail.com
Marche e Abruzzo	**Benedetta Gandini** · b.gandini22@gmail.com
	Carla Latini · carla@carlalatini.com
Campania e Molise	**Vincenzo D'Antonio** · vincenzo.dantonio@italiaatavola.net
Puglia	**Sandro Romano** · sralessandroromano@gmail.com
Calabria	**Tommaso Caporale** · dodicialitro@gmail.com
Sicilia	**Gianni Paternò** · giopate@libero.it
	Piero Rotolo · pierotolo@tin.it
	Antonio Iacona · direttore@charmatmagazine.it
Sardegna	**Roby Rossi** · roberto-rossi@hotmail.it
Svizzera (Canton Ticino)	**Rocco Lettieri** · simpatico.melograno@tin.it

Ottobre 2023 · anno XXXVII · n. 312 - Italia a Tavola è una rivista di aggiornamento professionale e cultura enogastronomica per l'Horeca. Si occupa di food service, alberghi, ristoranti, pizzerie, pasticcerie, bar, turismo, travel, wellness e salute, con attenzione particolare ai professionisti, agli enti, alle aziende e alle associazioni del settore in tutta Italia.

Collaboratori di questo numero
Fausto Borella, Stefano Calvi, Giuseppe Cristini, Matteo Cutolo, Bartolomeo D'Amico, Enrico Derflingher, Bernardo Ferro, Massimo Artorige Giubilesi, Francesco Guidugli, Ezio Indiani, Giorgio Lazzari, Martino Lorenzini, Giambattista Marchetto, Angelo Musolino, Gianluca Pirovano, Rocco Pozzulo, Enrico Rota, Antonio Rotondaro, Francesca Tagliabue, Eros Teboni

Foto Shutterstock® 2023 - Italia a Tavola

- Quotidiano online www.italiaatavola.net
- Mensile cartaceo
- Mensile digitale
- Le Newsletter settimanali via mail
- Le newsletter quotidiane su WhatsApp e Telegram
- La Web TV
- Social network con oltre 260.000 utenti
- La APP Italia a Tavola
- Gli aggregatori di notizie

SEGUICI SU:









ABBONATI

Tariffe per l'abbonamento annuale:
Abbonamento nazionale € 39,00.
Per sottoscrivere il tuo abbonamento a 10 numeri della rivista e scegliere la modalità di pagamento che preferisci (online, bollettino postale, bonifico ecc.) visita il sito www.italiaatavola.net/abbonamenti
Abbonamento estero € 99,00

PARTNER DI:



Registrazione del Tribunale di Bergamo n. 39 del 21/11/88
Iscrizione al Roc (Registro degli operatori di comunicazione) n.10548. Chiuso il 2 ottobre 2023

